

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI PERMINTAAN TERHADAP OJEK  
ONLINE  
(Studi Kasus pada Go-Jek di Kota Malang)**

**SKRIPSI**

**Disusun Oleh :**

**YOKO RENDY  
135020100111029**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Meraih Derajat Sarjana Ekonomi**



**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN  
JURUSAN ILMU EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BRAWIJAYA  
MALANG  
2018**

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

"Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Terhadap Ojek Online (Studi Kasus pada Go-Jek di Kota Malang)"

Yang disusun oleh :

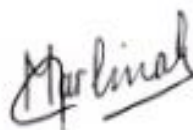
Nama : Yoko Rendy  
NIM : 135020100111029  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya  
Jurusan : S-1 Ilmu Ekonomi  
Konsentrasi : Ekonomi Sumber Daya

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 15 Agustus 2018 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima.

## SUSUNAN DEWAN PENGUJI

1. Anif Hoetoro, SE., MT., Ph.D.  
NIP. 19700922 199512 1 002  
(Dosen Pembimbing)
2. Devanto Shasta Pratomo, SE., M.Si., Ph.D.  
NIP. 19761003 200112 1 003  
(Dosen Penguji I)
3. Shofwan, SE., M.Si.  
NIP. 19730517 200312 1 002  
(Dosen Penguji II)

Malang, 21 Agustus 2018  
Ketua  
Program Studi Ekonomi Pembangunan,



Dra. Marlina Ekawaty, M.Si., Ph.D.  
NIP. 19650311 198903 2 001



## RIWAYAT HIDUP



Nama : Yoko Rendy  
NIM : 135020100111029  
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 30 Mei 1995  
Jurusan : S-1 Ilmu Ekonomi  
Alamat : Jl. Palem X F7 No.6 Perum. Taman Duta,  
Cisalak, Depok, Jawa Barat  
E-Mail : rendy.yoko@gmail.com

### Riwayat Pendidikan:

1. SDK Ignatius Slamet Riyadi (2001-2007)
2. SMPN 103 Jakarta (2007-2010)
3. SMAN 58 Jakarta (2010-2013)
4. S-1 Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya (2013-2018)

### Pengalaman Organisasi dan Kepanitiaan:

1. Staff magang di HMJIE FEB UB tahun 2013
2. Staff divisi acara pada kegiatan PHOSE tahun 2015
3. Staff divisi humas pada kegiatan FEB Cup tahun 2015

### Pengalaman Kerja

1. Kuliah Kerja Nyata Profesi - Tematik (KKN-P Tematik) sebagai tim Inventarisasi Aset Barang Milik Daerah (BMD) Dinas Pendidikan Kabupaten Blitar.
2. Penelitian dosen terkait Model Keterkaitan antara Kinerja Lingkungan Hidup (Environmental Performance) dengan Daya Saing Produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai tim peneliti dalam *Focuss Group Discussion* (FGD) di 5 Kabupaten/Kota di Jawa Timur.

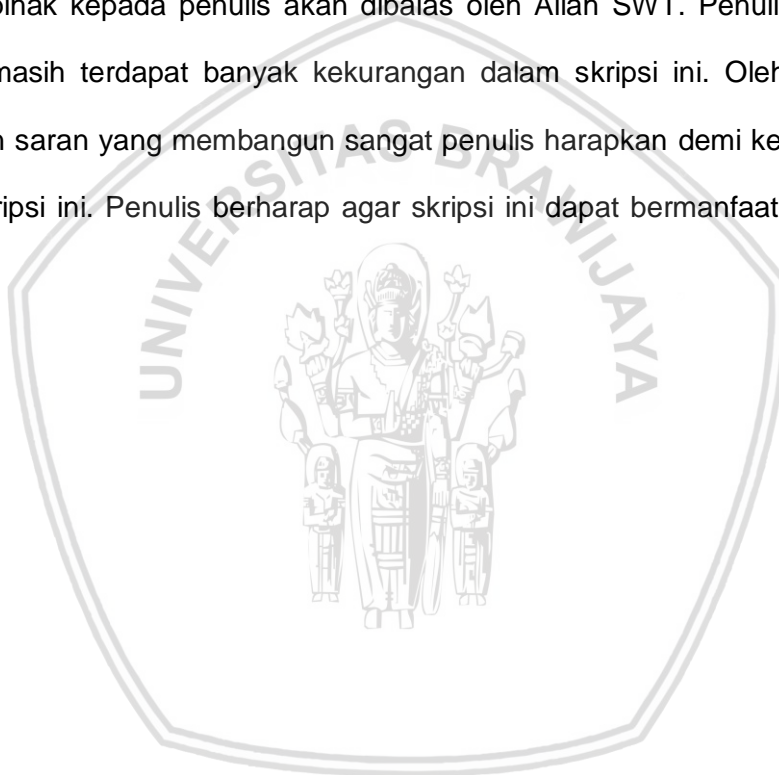
## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, nikmat, serta karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN TERHADAP OJEK ONLINE (Studi Kasus pasa Go-Jek di Kota Malang)”**. Adapun tujuan dari penyelesaian penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besar nya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Rudy Susanto dan Ibunda Sri Nurhayati, serta kakak Rico Susanto dan adik Selfi Susanti penulis yang selalu memberikan dukungan, doa dan motivasi kepada penulis. Semoga Allah SWT memberikan kebahagiaan dunia dan akhirat bagi keluarga kami.
2. Bapak Arif Hoetoro, SE., MT., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini hingga selesai.
3. Bapak Devanto Shasta Pratomo, SE., M.Si., Ph.D dan Bapak Shofwan, SE., M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran teradap perbaikan pada skripsi penulis.
4. Bapak Drs. Nurkholis, M.Bus(Acc)., Ak., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
5. Bapak Dr. rer. pol. Wildan Syafitri, SE., ME selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
6. Bapak dan Ibu dosen yang telah banyak memberikan ilmu, pengetahuan dan pengalaman kepada penulis.
7. Para konsumen Go-Jek di Kota Malang yang telah membantu dalam pengisian kuesioner pada penulisan skripsi ini.

8. Sahabat dan Teman-teman seperjuangan “LalaLolo”, “UdahGaWoyo” dan “WeAreFam” yang telah memberikan motivasi dan dukungan terhadap penyelesaian skripsi ini.
9. Semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dan mendukung penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala doa, bantuan dan motivasi yang telah diberikan oleh semua pihak kepada penulis akan dibalas oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan pada skripsi ini. Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.



Malang, 23 September 2018

Yoko Rendy



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN****TERHADAP OJEK ONLINE****(Studi Kasus pada Go-Jek di Kota Malang)****Yoko Rendy\*, Arif Hoetoro\*\***

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya Malang

Email: rendy.yoko@gmail.com

**ABSTRAK**

*Dengan jumlah penduduk yang semakin meningkat dari tahun ke tahun, maka permintaan transportasi terus bertambah khususnya terhadap transportasi umum. Namun, ketidakmampuan pemerintah dalam menyediakan transportasi umum menyebabkan masyarakat beralih ke transportasi lain yang lebih memudahkan dan mempersingkat waktu perjalanan yaitu ojek. Seiring perkembangan era globalisasi dan kemajuan teknologi saat ini terdapat fenomena baru yang cukup menyita perhatian masyarakat, yaitu layanan transportasi berbasis aplikasi atau online salah satu nya yaitu ojek online. Salah satu jenis jasa transportasi ojek online terbesar dan terpopuler saat ini yang menggunakan sistem daring (online) adalah Go-Jek. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan layanan jasa ojek online yaitu Go-Jek. Analisis yang dilakukan adalah analisis kuantitatif dengan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel yang telah ditentukan. Pada hasil penelitian ini, terdapat hubungan positif dan signifikan untuk variabel pendapatan, harga Go-Jek dan harga ojek konvensional terhadap permintaan jasa Go-Jek. Variabel usia memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap permintaan jasa Go-Jek. Sedangkan, untuk variabel jenis kelamin memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan jasa Go-Jek. Keseluruhan variabel bebas dalam model ini memiliki pengaruh secara simultan terhadap permintaan jasa Go-Jek.*

**Kata Kunci:** *Transportasi, Innovation Disruptive, Permintaan jasa Go-Jek,***Regresi Linear Berganda.**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PENYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1 Teori Permintaan .....	12
2.1.1 Hukum Permintaan .....	12
2.1.2 Fungsi Permintaan .....	13
2.1.3 Kurva Permintaan .....	14
2.1.4 Elastisitas Permintaan .....	16
2.2 Jasa .....	18
2.2.1 Karakteristik Jasa .....	19
2.3 Transportasi .....	20
2.4 Permintaan Jasa Transportasi .....	21
2.5 Jasa Transportasi Berbasis Aplikasi <i>Online</i> .....	25
2.6 Sumber Hukum Jasa Transportasi Berbasis Aplikasi <i>Online</i> .....	28
2.7 Inovasi yang Mengganggu ( <i>Disruptive Innovation</i> ) .....	29
2.8 Hubungan antar Variabel .....	32
2.8.1 Hubungan Pendapatan dengan Permintaan Go-Jek .....	32
2.8.2 Hubungan Harga Go-Jek dengan Permintaan Go-Jek .....	33
2.8.3 Hubungan Harga Transportasi Lain dengan Permintaan Go-Jek .....	35



2.8.4	Hubungan Usia dengan Permintaan Go-Jek .....	36
2.8.5	Hubungan Jenis Kelamin dengan Permintaan Go-Jek.....	37
2.9	Penelitian Terdahulu .....	37
2.10	Kerangka Pemikiran .....	41
2.11	Hipotesis .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>44</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	44
3.2	Lokasi Penelitian.....	45
3.3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
3.4	Populasi dan Sampel .....	47
3.5	Metode Pengumpulan Data .....	48
3.5.1	Jenis dan Sumber Data .....	48
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.6	Metode Analisis Data .....	50
3.6.1	Analisis Regresi Berganda .....	51
3.6.2	Pengujian Statistik .....	52
3.6.3	Uji Asumsi Klasik .....	56
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>60</b>
4.1	Gambaran Umum Wilayah Penelitian.....	60
4.1.1	Kota Malang .....	60
4.1.2	Go-Jek Indonesia.....	62
4.1.3	Go-Jek sebagai <i>Disruptive Innovation</i> (Inovasi yang Mengganggu) Di Indonesia.....	64
4.2	Karakteristik Responden.....	67
4.2.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	67
4.2.2	Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Usia .....	68
4.2.3	Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir ...	69
4.2.4	Distribusi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	69
4.2.5	Distribusi Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	70
4.2.6	Distribusi Responden Berdasarkan Tujuan Keberangkatan .....	71
4.2.7	Distribusi Responden Berdasarkan Rata-rata Jarak Tempuh Perjalanan.....	72
4.3	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	73
4.3.1	Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Permintaan Layanan Jasa Go-Jek .....	73

4.3.2	Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Pendapatan Pengguna Layanan Jasa Go-Jek .....	74
4.3.3	Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Harga Layanan Jasa Go- Jek.....	75
4.3.4	Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Harga Ojek Konvensional.....	76
4.3.5	Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Usia Pengguna Layanan Jasa Go-Jek .....	77
4.3.6	Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Jenis Kelamin Pengguna Layanan Jasa Go-Jek .....	78
4.4	Hasil Analisis Data.....	79
4.4.1	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	79
4.4.2	Pengujian Asumsi Klasik .....	81
4.4.3	Pengujian Statistik .....	88
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian .....	94
4.5.1	Hubungan Pendapatan terhadap Permintaan Go-Jek.....	94
4.5.2	Hubungan Harga Go-Jek terhadap Permintaan Go-Jek .....	96
4.5.3	Hubungan Harga Ojek Konvensional terhadap Permintaan Go-Jek .. .....	97
4.5.4	Hubungan Usia terhadap Permintaan Go-Jek.....	98
4.5.5	Hubungan Jenis Kelamin terhadap Permintaan Go-Jek .....	100
4.6	Analisis Kebijakan Pemerintah terkait Permintaan Go-Jek di Kota Malang .....	101
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>105</b>
5.1	Kesimpulan.....	105
5.2	Saran.....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>108</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>111</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Penduduk Tahun 2013-2015 Menurut Jenis Kelamin dan Kabupaten/Kota.....	2
Tabel 1. 2 Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis Kendaraan di Kota Malang Tahun 2015-2016.....	5
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Permintaan Jasa Go-Jek di Kota Malang.....	73
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Pendapatan Pengguna Layanan Jasa Go-Jek di Kota Malang.....	74
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Harga Layanan Jasa Go-Jek di Kota Malang.....	75
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Harga Ojek Konvensional di Kota Malang.....	76
Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Usia Pengguna Layanan Jasa Go-Jek di Kota Malang.....	77
Tabel 4. 6 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Jenis Kelamin Pengguna Layanan Jasa Go-Jek di Kota Malang.....	78
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	79
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas .....	82
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	83
Tabel 4. 10 Hasil Uji Glejser .....	85
Tabel 4. 11 Hasil Uji Autokorelasi.....	88
Tabel 4. 12 Hasil Uji F atau Simultan .....	89
Tabel 4. 13 Hasil Uji T atau Parsial.....	90
Tabel 4. 14 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	93

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kota-Kota Termacet di Indonesia pada Tahun 2017 .....	3
Gambar 2. 1 Kurva Permintaan Individu .....	15
Gambar 2. 2 Model Inovasi yang Mengganggu .....	30
Gambar 2. 3 Kurva Hubungan Pendapatan dengan Permintaan .....	33
Gambar 2. 4 Kurva Hubungan Harga dengan Permintaan .....	35
Gambar 2. 5 Kurva Hubungan Harga Transportasi Lain dengan Permintaan .....	36
Gambar 2. 6 Kerangka Pemikiran .....	42
Gambar 4. 1 Peta Wilayah dan Kota Malang .....	61
Gambar 4. 2 Logo Go-Jek Indonesia .....	62
Gambar 4. 3 Perkembangan Order yang Diselesaikan Go-Jek .....	65
Gambar 4. 4 Perkembangan Go-Jek pada Tahun 2015 .....	66
Gambar 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	67
Gambar 4. 6 Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Usia .....	68
Gambar 4. 7 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir .....	69
Gambar 4. 8 Distribusi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	70
Gambar 4. 9 Distribusi Responden Berdasarkan Status Pernikahan .....	71
Gambar 4. 10 Distribusi Responden Berdasarkan Tujuan Keberangkatan .....	71
Gambar 4. 11 Distribusi Responden Berdasarkan Rata-rata Jarak Tempuh Perjalanan .....	72
Gambar 4. 12 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas .....	86
Gambar 4. 13 Kriteria Pengambilan Keputusan dalam Uji Autokorelasi .....	87

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian .....	111
Lampiran 2 : Hasil Tabulasi Data Responden Penelitian .....	115
Lampiran 3 : Hasil Transfer Logaritma Natural .....	116
Lampiran 4 : Hasil Pengolahan <i>SPSS</i> .....	119



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Pertumbuhan dan pembangunan ekonomi menjadi perhatian dalam meningkatkan kesejahteraan pada setiap negara di dunia. Hal ini dikarenakan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi menjadi tolak ukur perkembangan negara. Namun, dalam pencapaian tujuan pembangunan ekonomi di negara yang berkembang termasuk Indonesia memiliki banyak permasalahan. Bentuk permasalahan yang sering dihadapi oleh negara berkembang dalam pembangunan ekonomi adalah kemiskinan dan keterbelakangan.

Salah satu ciri dari negara berkembang adalah memiliki jumlah penduduk yang banyak. Lebih dari tiga perempat dari total penduduk yang ada di dunia berada di negara-negara berkembang salah satu nya Indonesia. Indonesia menempati urutan ke empat dengan jumlah penduduk terbanyak setelah China, India dan Amerika Serikat. Dari data Badan Pusat Statistik jumlah penduduk di Indonesia pada tahun 2014 sebesar 252.200.000 jiwa dan sekitar 70% berada di Pulau Jawa (BPS, 2014). Dengan memiliki jumlah penduduk yang banyak, maka hampir setiap wilayah di Pulau Jawa tingkat kepadatan penduduk nya sangat tinggi salah satu nya Kota Malang. Untuk mengetahui jumlah penduduk Kota Malang menurut jenis kelamin dari tahun 2013 sampai tahun 2015 dapat dilihat dalam tabel 1.1 berikut :



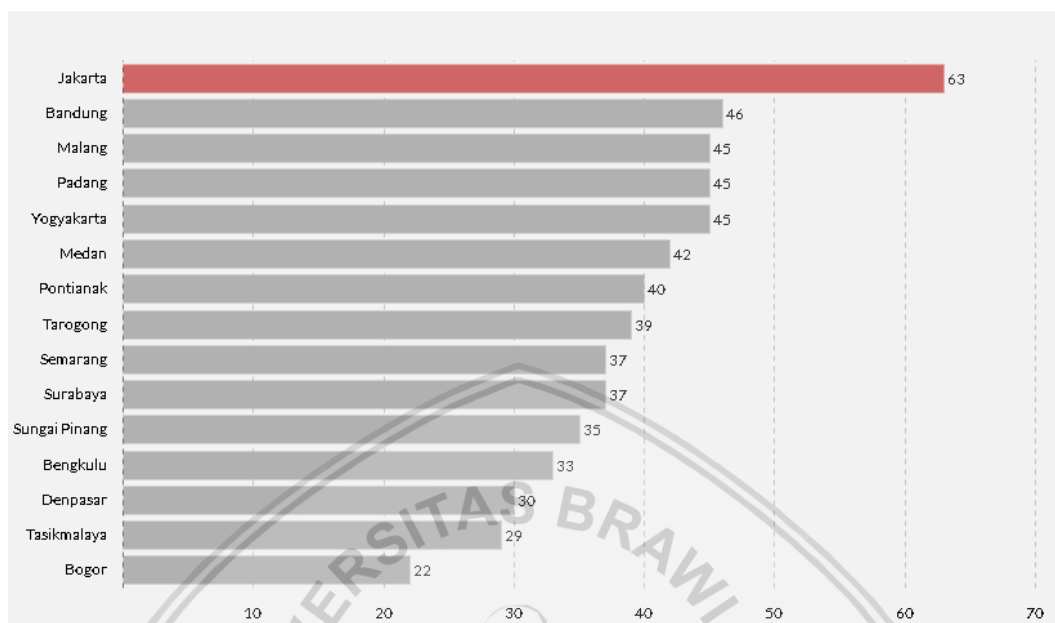
**Tabel 1. 1 Jumlah Penduduk Tahun 2013-2015 Menurut Jenis Kelamin dan Kabupaten/Kota**

Kabupaten/Kota	Tahun					
	2013		2014		2015	
	L	P	L	P	L	P
PACITAN	267.412	280.505	268.183	281.298	268.896	282.090
PONOROGO	431.382	432.508	432.578	433.231	433.504	433.889
TRENGGALEK	339.709	344.082	341.094	345.687	342.397	346.803
TULUNGAGUNG	492.287	517.124	495.083	520.891	497.698	523.492
BLITAR	568.596	568.105	571.303	569.490	573.707	571.689
KEDIRI	766.696	763.808	772.006	766.923	776.212	770.671
<b>MALANG</b>	<b>1.260.414</b>	<b>1.248.284</b>	<b>1.269.613</b>	<b>1.257.474</b>	<b>1.278.511</b>	<b>1.265.804</b>
LUMAJANG	498.787	525.031	500.904	525.474	502.920	527.273

Sumber: BPS diolah, 2015

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah penduduk laki-laki maupun perempuan di Kota Malang mengalami kenaikan setiap tahun dari tahun 2013 sampai tahun 2015, dibandingkan dengan kabupaten/kota lain yang mengalami kenaikan jumlah penduduk masih dibawah Kota Malang. Pertumbuhan penduduk yang semakin padat dan masyarakat yang semakin maju menuntut kepada perkembangan sarana dan prasarana transportasi demi mendukung kegiatan perkembangan pembangunan daerah (Surung, 2013).

Kepadatan penduduk yang meningkat setiap tahun akan menimbulkan kemacetan yang dikarenakan jumlah kendaraan yang terus meningkat. Pada gambar 1.1 dibawah ini akan ditampilkan grafik tentang kota-kota termacet di Indonesia yang merupakan hasil survey dari lembaga riset dan transportasi berbasis di Inggris yaitu INRIX pada tahun 2017 sebagai berikut:

**Gambar 1. 1 Kota-Kota Termacet di Indonesia pada Tahun 2017**

Sumber: INRIX, 2017

Pada gambar 1.1 diatas dapat kita lihat bahwa kota termacet di Indonesia pada tahun 2017 adalah Jakarta dengan tingkat terjebak macet dalam jam sibuk (peak hour in congestion) selama di perjalanan yaitu 63 Jam selama satu tahun. Selanjutnya di ikuti oleh Bandung, Malang, Padang dan Yogyakarta sebagai 5 kota termacet di Indonesia dengan rata-rata terjebak macet di jalan dalam jam sibuk (peak hour in congestion) selama 45 jam selama satu tahun. Dengan melihat hasil survey diatas, Kota Malang menempati urutan ketiga sebagai kota termacet di Indonesia. Hal ini disebabkan karena tingkat penduduk yang terus bertambah dari tahun ke tahun sehingga jumlah transportasi pun turut mengalami kenaikan.

Apabila kemacetan di kota-kota Indonesia semakin parah tanpa adanya penanganan yang serius dari pemerintah, maka kemacetan ini akan menghambat laju mobilisasi masyarakat dan berdampak pada terhambatnya kegiatan perekonomian di suatu kota. Oleh karena itu, transportasi merupakan

salah satu faktor penghambat laju pertumbuhan dan pembangunan ekonomi di Indonesia. Dengan jumlah penduduk yang semakin meningkat dari tahun ke tahun, maka permintaan transportasi terus bertambah. Menurut Hairulsyah (2006:110) kebutuhan akan transportasi merupakan kebutuhan turunan yang sulit untuk digantikan karena masyarakat mempunyai kebutuhan ekonomi, kebutuhan sosial dan kebutuhan yang lainnya. Permintaan untuk transportasi umum ditentukan oleh berbagai macam faktor yaitu kualitas layanan, tingkat tarif dan waktu perjalanan yang umumnya dianggap sebagai yang paling penting (Feamly, 2013: 75).

Permintaan jasa transportasi baru akan ada, apabila ada faktor-faktor yang mendorongnya. Permintaan jasa transportasi tidak berdiri sendiri, melainkan tersembunyi di balik kepentingan yang lain. Permintaan akan jasa angkutan, baru akan timbul apabila ada hal-hal dibalik permintaan itu, misalnya keinginan untuk menengok keluarga yang sakit dan sebagainya (Nasution, 2004). Dalam memilih moda angkutan umum penumpang, ada dua kelompok pelaku pergerakan atau perjalanan yaitu kelompok *Choice*, adalah kelompok yang memiliki pilihan dalam melakukan mobilitasnya dan memiliki akses kendaraan pribadi. Sedangkan kelompok kedua yaitu *Captive*, adalah kelompok yang tergantung angkutan umum untuk melakukan mobilitasnya. Pengguna *Captive* (*captive users*) angkutan umum didefinisikan sebagai orang yang berangkat dari rumah (asal) tidak mempunyai atau tidak menggunakan kendaraan pribadi atau tidak mempunyai pilihan lain kecuali angkutan umum (Riyanto, 2002).

Semakin bertambah nya jumlah penduduk di Kota Malang, maka akan semakin meningkatkan jumlah kendaraan dan permintaan jasa transportasi yang ada. Hal ini diperkuat dengan hasil survey yang dilakukan oleh INRIX pada tahun 2017 yang menyebutkan bahwa Kota Malang merupakan salah satu kota termacet di Indonesia dengan menempati urutan ketiga dari 15 kota yang di teliti. Untuk melihat seberapa banyak jumlah transportasi di Kota Malang, maka pada tabel 1.2 dibawah ini akan dijelaskan jumlah transportasi di Kota Malang pada tahun 2015 dan tahun 2016 :

**Tabel 1. 2 Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis Kendaraan di Kota Malang Tahun 2015-2016**

No	Jenis Kendaraan	Jumlah Kendaraan	
		2015	2016
1	<b>Penumpang</b>	<b>81.070</b>	<b>90.058</b>
A	Umum	2.606	2.575
B	Non Umum (Pribadi)	77.682	86.701
C	Dinas	700	782
2	<b>Bus</b>	<b>918</b>	<b>966</b>
A	Umum	543	481
B	Non Umum (Pribadi)	327	418
C	Dinas	48	67
3	<b>Truk</b>	<b>18.598</b>	<b>20.002</b>
A	Umum	3.378	3.317
B	Non Umum (Pribadi)	15.042	16.473

No	Jenis Kendaraan	Jumlah Kendaraan	
		2015	2016
C	Dinas	178	212
4	<b>Sepeda Motor</b>	<b>411.568</b>	<b>456.693</b>
A	Umum	0	0
B	Non Umum (Pribadi)	410.177	455.073
C	Dinas	1.391	1.620

Sumber : Kantor Bersama SAMSAT Malang Kota, 2016

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah kendaraan jenis penumpang pada tahun 2015 sebanyak 81.070 unit kendaraan dan di tahun 2016 sebanyak 90.058 unit kendaraan. Hal tersebut menunjukkan bahwa jumlah kendaraan penumpang meningkat sebanyak 8.988 kendaraan. Sedangkan untuk kendaraan umum mengalami penurunan pada tahun 2015 sampai tahun 2016, dimana pada tahun 2015 jumlah kendaraan umum sebanyak 2.606 unit kendaraan dan pada tahun 2016 sebanyak 2.575 unit kendaraan. Untuk jumlah kendaraan sepeda motor di Kota Malang pada tahun 2015 sebanyak 411.568 unit kendaraan dan pada tahun 2016 sebanyak 456.693 unit kendaraan. Hal tersebut menunjukkan bahwa terjadi peningkatan yang cukup banyak pada jenis kendaraan sepeda motor di Kota Malang.

Penurunan yang terjadi pada transportasi umum dan jumlah nya yang tidak dapat memenuhi kebutuhan penduduk yang berjumlah 2.544.315 jiwa di Kota Malang membuat masyarakat beralih ke transportasi lain yang lebih memudahkan dan mempersingkat waktu perjalanan yaitu ojek. Ojek merupakan transportasi yang tepat untuk berpergian di tengah jumlah kendaraan yang

semakin meningkat dan kemacetan yang terjadi di kota-kota yang pada penduduk seperti Kota Malang. Seiring perkembangan era globalisasi dan kemajuan teknologi saat ini terdapat fenomena baru yang cukup menyita perhatian masyarakat, yaitu layanan transportasi berbasis aplikasi atau *online* salah satu nya yaitu ojek *online*. Jenis transportasi ini banyak dipilih oleh masyarakat karena dapat dipesan dan dibayar secara sistem daring (*online*) yang sangat memudahkan penggunanya. Salah satu jenis jasa transportasi ojek *online* terbesar dan terpopuler saat ini yang menggunakan sistem daring (*online*) adalah Go-Jek.

Go-Jek adalah suatu perusahaan jasa transportasi yang lahir di Jakarta dan beroperasi sejak tahun 2010. Perusahaan jasa transportasi *online* ini didirikan oleh Nadiem Makarim yang sebelumnya adalah pengguna ojek. Ojek yang merupakan kendaraan roda dua ini merupakan transportasi yang sangat efektif untuk mobilitas di kemacetan kota. Berbekal pengalamannya saat menjadi pengguna ojek, maka Nadiem Makarim melakukan inovasi dengan menciptakan jasa ojek *online* yang dapat memudahkan masyarakat dibandingkan dengan ojek konvensional.

Perusahaan Go-Jek menjadi pionir layanan ojek berbasis aplikasi *mobile* di Indonesia melalui layanan Go-Ride nya. Pengguna aplikasi Go-Jek cukup memesan ojek melalui aplikasi *mobile* secara *online* dan nantinya akan dijemput oleh pengemudi Go-Jek yang merespon pesanan pengguna atau calon penumpang. Transaksi pembayaran dilakukan saat pengguna sampai ke tempat tujuan kepada pengemudi nya secara tunai atau melalui saldo Go-Pay. Tarif yang dikenakan bervariasi berdasarkan jarak yang ditempuh atau berdasarkan *flat rate* yang diberlakukan. Perusahaan Go-Jek ini telah terintegrasi dibawah



naungan institusi yang resmi atau berbadan hukum dan membayar pajak, sehingga dapat dikatakan sektor formal. Selain itu, Go-Jek juga telah memiliki undang-undang yang resmi yakni telah diatur dalam Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 108 Tahun 2017 sehingga operasional nya telah terarah. Go-Jek telah resmi beroperasi di beberapa kota besar di Indonesia, termasuk Jakarta, Bandung, Semarang, Jogja, Surabaya, Malang, Bali, Makassar, Medan, Palembang dan Balikpapan. Saat ini Go-Jek telah berkembang pesat di Kota Malang Jawa Timur.

Sejak peluncuran aplikasi Go-Jek pada tahun 2010 di Jakarta yang telah mengunduh sebanyak 10.000.000 kali. Dalam 6 bulan terakhir aplikasi Go-Jek ini sudah diunduh sebanyak 400.000.000 kali oleh pengguna Android dan iOS yang tersebar hampir di 18 kota termasuk Malang. Pada bulan Februari 2016 total unduhan mencapai 81.834 kali unduhan. Sedangkan pada Maret 2016 lalu total unduhan aplikasi Go-Jek diketahui sudah menembus angka 131.795 kali. Dengan perkembangan permintaan yang begitu pesat sejak didirikan pada tahun 2010 membuat Go-Jek menjadi yang terunggul diandingkan dengan perusahaan ojek *online* lain nya.

Go-Jek resmi beroperasi di Kota Malang pada 26 Mei 2016. Kehadiran Go-Jek di Kota Malang menuai banyak polemik karena dianggap mampu menggantikan transportasi umum yang sudah ada seperti angkutan umum, taksi konvensional dan ojek konvensional. Namun, kehadiran Go-Jek bagi masyarakat pengguna jasa transportasi tersebut dirasa sebagai transportasi alternatif karena lebih mudah diakses oleh setiap warga Kota Malang. Selain itu, tarif yang sudah ditentukan pada saat melakukan pemesanan membuat pengguna Go-Jek merasa lebih percaya dibandingkan dengan menggunakan

ojek konvensional. Untuk tarif yang ditetapkan oleh Go-Jek pada awal resmi beroperasi di Kota Malang pada tahun 2016 adalah Rp 2.500 per kilometer dengan jarak tujuan paling dekat sejauh 6 Km (Surya Malang, 2016). Pada tahun 2018 tarif yang ditetapkan oleh pihak Go-Jek sebesar Rp 4.000 per dua kilometer pertama dan untuk satu kilometer selanjutnya dikenakan biaya Rp 2.000 (PT. Go-Jek, 2018). Keputusan untuk penetapan tarif Go-Jek saat ini tidak terlepas dengan hadirnya GrabBike di Kota Malang sebagai pesaing utama dalam transportasi ojek *online*.

Dengan harga yang lebih murah dan pasti dibandingkan dengan ojek konvensional, maka Go-Jek mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat baik yang berpenghasilan rendah maupun tinggi sehingga permintaannya selalu meningkat. Faktor lain yang menyebabkan Go-Jek banyak digemari masyarakat untuk moda transportasi *online* adalah kemudahan dalam mengaksesnya karena hanya menggunakan aplikasi tanpa perlu mencari dengan berjalan kaki ke pangkalan ojek. Kemudahan dalam mengakses aplikasi yang terbilang mudah dimengerti, maka membuat Go-Jek dapat digunakan oleh masyarakat yang berusia muda ataupun tua. Informasi tentang identitas driver Go-Jek yang dapat kita lihat dalam aplikasi menimbulkan rasa kepercayaan dan keamanan selama melakukan perjalanan sehingga konsumen dengan jenis kelamin apapun baik laki-laki maupun perempuan tidak akan ragu menggunakan jasa Go-Jek untuk kebutuhan transportasi sehari-hari.

Setiap tahun permintaan akan transportasi *online* khususnya Go-Jek di Kota Malang terus meningkat. Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti permintaan Go-Jek di Kota Malang menggunakan faktor-faktor yang mempengaruhi seperti pendapatan, harga Go-Jek, harga ojek konvensional,

usia, dan jenis kelamin, maka penulis mengambil judul penelitian “**Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan terhadap Ojek Online (Studi Kasus pada Go-Jek di Kota Malang)**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis sampaikan diatas, maka terbentuklah rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh variabel pendapatan, harga Go-Jek, harga ojek konvensional, usia dan jenis kelamin terhadap permintaan Go-Jek di Kota Malang?
2. Bagaimana kebijakan pemerintah terkait dengan permintaan Go-Jek di Kota Malang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Setelah merumuskan permasalahan pokok penelitian, maka dapat ditentukan tujuan penelitian yang ingin di capai yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh variabel pendapatan, harga Go-Jek, harga ojek konvensional, usia dan jenis kelamin terhadap permintaan Go-Jek di Kota Malang.
2. Untuk menganalisis kebijakan pemerintah terkait dengan permintaan Go-Jek di Kota Malang.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan bagi kalangan pemerintah Kota Malang dalam menentukan kebijakan tentang transportasi *online* yang nantinya diharapkan dapat mempermudah masyarakat dalam menggunakan moda transportasi di Kota Malang. Selain itu, penelitian ini

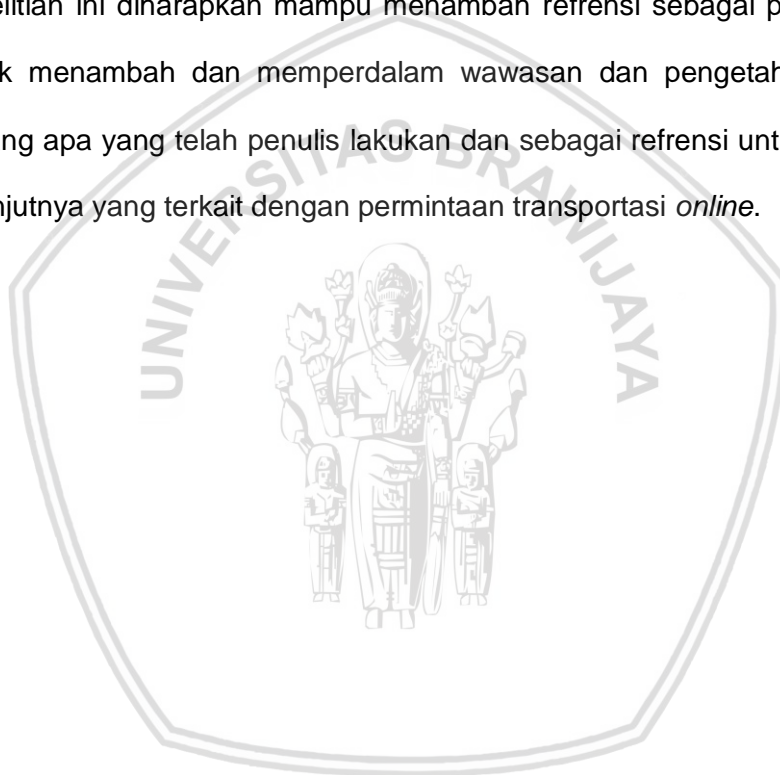
diharapkan pula dapat memberikan informasi yang berguna bagi semua pihak yang terkait dengan masalah yang diteliti.

1 Bagi Pemerintah

Sebagai pertimbangan dalam perumusan kebijakan tentang transportasi *online* di Kota Malang.

2 Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan mampu menambah referensi sebagai pengetahuan. Untuk menambah dan memperdalam wawasan dan pengetahuan penulis tentang apa yang telah penulis lakukan dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang terkait dengan permintaan transportasi *online*.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Teori Permintaan

Definisi permintaan adalah jumlah kesatuan yang akan dibeli per unit waktu, menjadi semakin besar apabila harga semakin rendah (Bilas, 1992). Sedangkan menurut Lipsey (1987), permintaan adalah banyaknya komoditi yang akan dibeli oleh semua rumah tangga pada periode tertentu.

Jumlah yang diminta ini belum tentu sama dengan jumlah yang akhirnya dapat dibeli. Pada suatu harga tertentu, konsumen yakin dapat membeli barang sejumlah yang diinginkan tersebut. Di samping itu jumlah yang diminta menunjukkan arus (*flow*) pembelian yang terus-menerus. Oleh karena jumlah yang diminta harus dinyatakan dalam beberapa banyak untuk suatu jangka waktu tertentu, sehingga terdapat beberapa faktor permintaan. Secara teoritis permintaan suatu barang dan jasa dipengaruhi oleh harga barang dan jasa itu sendiri, harga dan jasa lain yang ada kaitannya dengan penggunaannya, tingkat penghasilan uang dan faktor selera.

##### 2.1.1 Hukum Permintaan

Secara sederhana hukum permintaan (Bilas, 1981) dapat dirumuskan sebagai kuantitas (jumlah) yang akan dibeli per unit waktu menjadi semakin besar, apabila harga semakin rendah.

Sedangkan menurut Joerson (2003), pertalian antara harga dan kuantitas yang diminta berbanding terbalik (negatif) akan menimbulkan konsekuensi bahwa apabila harga naik, maka kuantitas yang diminta akan turun dan apabila harga turun, maka kuantitas yang diminta akan naik. Hubungan ini disebut

dengan hukum permintaan. Penyebab utama berlakunya hukum permintaan ini karena terbatasnya pendapatan konsumen.

### 2.1.2 Fungsi Permintaan

Fungsi permintaan menurut Boediono (1998) pada dasarnya menunjukkan hubungan antara jumlah permintaan akan suatu barang dan semua faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan menurut Lipsey (1992) adalah :

1. Harga barang itu sendiri
2. Harga barang lain yang berkaitan
3. Pendapatan rata-rata rumah tangga
4. Selera
5. Distribusi pendapatan
6. Jumlah penduduk

Berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan diatas, maka fungsi permintaan dapat ditulis sebagai berikut :

$$Q_{dx} = f(P_x, P_y, I, T, P, R)$$

Dimana :

$Q_{dx}$  = Jumlah barang yang diminta

$P_x$  = Harga barang itu sendiri

$P_y$  = Harga barang lain

$I$  = Pendapatan masyarakat

$T$  = Selera masyarakat

$P$  = Jumlah penduduk

$R$  = Ramalan di masa yang akan datang



Fungsi permintaan tidak dapat digambarkan pada diagram dengan dua dimensi, oleh karena itu fungsi permintaan harus di sederhanakan, yaitu dengan menganggap faktor-faktor lain selain harga barang itu sendiri tidak berubah. Bentuk fungsi permintaan yang sederhana dapat ditulis sebagai berikut :

$$Q_{dx} = f(P_x)$$

Dimana :

$Q_{dx}$  = Jumlah barang x yang diminta

$P_x$  = Harga barang x

Fungsi di atas dapat dijelaskan bahwa besar kecilnya jumlah barang yang diminta akan tergantung dari harga barang itu sendiri (asumsi *ceteris paribus*). Dalam prakteknya, hal-hal yang dianggap tetap/*ceteris paribus* justru mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap jumlah barang yang diminta.

Menurut Winardi (1986), salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan adalah *market share* (pangsa pasar), dimana semakin besar pangsa pasar barang atau jasa suatu perusahaan maka meningkatkan permintaan pada barang atau jasa tersebut. *Market share* adalah persentase nilai jual atau beli barang dan jasa tertentu yang dikuasai oleh pelaku usaha pada pasar bersangkutan dalam tahun kalender tertentu (Undang-Undang- Republik Indonesia nomor 5 tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat pasal 1).

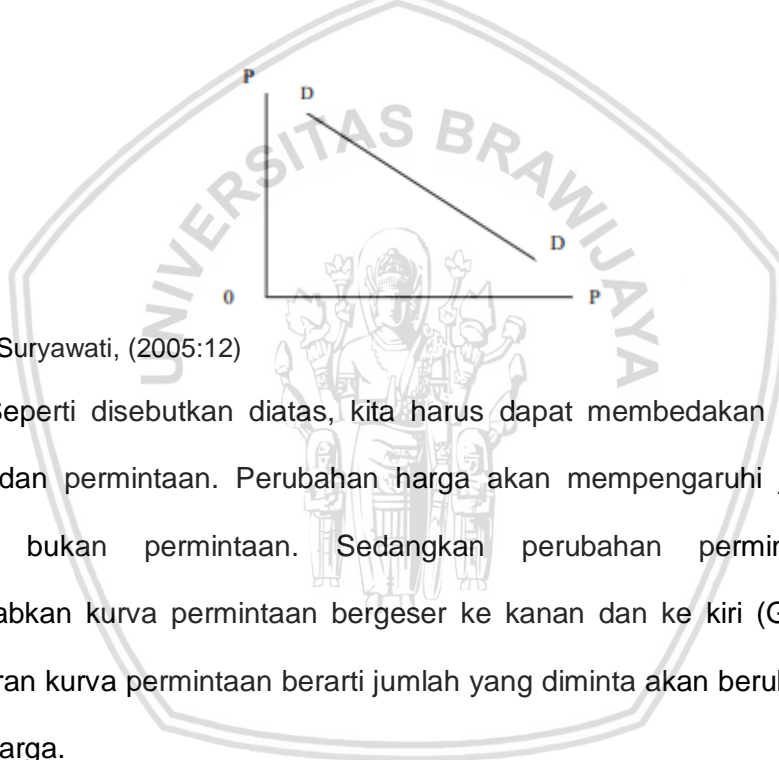
### 2.1.3 Kurva Permintaan

Jika dimisalkan permintaan seseorang hanya dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri, maka setiap perubahan harga barang tersebut akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk menentukan berapa jumlah yang

akan diminatinya. Pada umumnya jika suatu barang naik, maka jumlah barang yang diminta akan turun, begitu pula sebaliknya.

Kurva permintaan adalah kurva yang menghubungkan antara tingkat harga suatu barang dengan jumlah yang diminta atas barang tersebut, *ceteris paribus*. Hubungan antar harga suatu komoditi dengan jumlah yang diminta dapat dilihat dalam grafik permintaan di bawah ini (Suryawati, 2005: 12).

**Gambar 2. 1 Kurva Permintaan Individu**



Sumber: Suryawati, (2005:12)

Seperti disebutkan diatas, kita harus dapat membedakan jumlah yang diminta dan permintaan. Perubahan harga akan mempengaruhi jumlah yang diminta, bukan permintaan. Sedangkan perubahan permintaan akan menyebabkan kurva permintaan bergeser ke kanan dan ke kiri (Gambar 2.1). pergeseran kurva permintaan berarti jumlah yang diminta akan berubah di setiap tingkat harga.

Kurva permintaan mempunyai *slope* yang menurun ke kanan (berslope negatif) yang berarti jika harga suatu barang naik (asumsi yang lain tetap atau *ceteris paribus*), maka konsumen akan cenderung untuk menurunkan permintaannya atas barang tersebut, begitu pula sebaliknya dan hal ini disebut Hukum Permintaan (Suryawati, 2005: 13).

#### 2.1.4 Elastisitas Permintaan

Pada umumnya faktor yang sering dianalisis sebagai faktor yang mempengaruhi jumlah yang diminta adalah harga barang itu sendiri, pendapatan konsumen dan harga barang lain. Salah satu karakteristik penting dari kurva atau fungsi permintaan adalah derajat kepekaan jumlah permintaan terhadap perubahan salah satu faktor yang mempengaruhinya. Ukuran derajat kepekaan ini disebut elastisitas (Boediono, 1998). Ada beberapa macam konsep elastisitas yang berhubungan dengan permintaan menurut Boediono (1998), yaitu elastisitas harga, elastisitas harga silang dan elastisitas pendapatan.

##### 1. Elastisitas Harga

Elastisitas harga adalah tingkat kepekaan relatif dari jumlah yang diminta konsumen, akibat adanya perubahan harga barang tersebut. Dengan kata lain elastisitas harga adalah perubahan proporsional dari sejumlah barang yang diminta dibagi dengan perubahan proporsional dari harga. Hal itu dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$E_p = \frac{\text{Presentase perubahan jumlah barang yang diminta}}{\text{Presentase perubahan harga barang tersebut}}$$

Bila  $E_p > 1$  dikatakan bahwa permintaan elastis

Bila  $E_p < 1$  dikatakan bahwa permintaan inelastis

Bila  $E_p = 1$  dikatakan elastisitas tunggal (*unitary elasticity*).

Elastisitas harga ini mempunyai nilai negatif. Hal ini menjelaskan kenaikan harga akan menciptakan penurunan jumlah yang diminta, sebaliknya penurunan harga akan menyebabkan kenaikan jumlah yang diminta.

##### 2. Elastisitas Harga Silang

Elastisitas harga silang adalah pengukuran tentang derajat kepekaan relatif dari jumlah suatu barang yang diminta sebagai akibat adanya perubahan

tingkat harga barang lain. Dengan kata lain, elastisitas silang adalah perubahan proporsional dari jumlah barang X yang diminta konsumen dibagi dengan perubahan proporsional dari harga Y. Hal itu dapat dirumuskan menjadi :

$$E_s = \frac{\text{Presentase perubahan jumlah barang X yang diminta}}{\text{Presentase perubahan harga barang Y}}$$

Bila  $E_s$  positif, berarti hubungan antara X dan Y adalah substitusi. Artinya, kenaikan harga barang Y menyebabkan kenaikan kuantitas permintaan barang X dan penurunan kuantitas permintaan akan barang Y.

Bila  $E_s$  negatif, berarti hubungan antara X dan Y adalah komplementer. Artinya, kenaikan harga barang Y menyebabkan suatu penurunan dalam permintaan barang X.

### 3. Elastisitas Pendapatan

Elastisitas pendapatan adalah tingkat perubahan relatif dari jumlah suatu barang yang diminta konsumen karena adanya perubahan penghasilan. Dengan kata lain, elastisitas pendapatan adalah perubahan proporsional dari jumlah yang diminta dibagi dengan perubahan proporsional perubahan secara nominal. Hal itu dapat dirumuskan menjadi :

$$E_i = \frac{\text{Presentase perubahan jumlah barang yang diminta}}{\text{Presentase perubahan pendapatan}}$$

Nilai elastisitas pendapatan dapat digunakan untuk mengetahui jenis suatu barang. Pada umumnya hubungan antara jenis barang dengan nilai elastisitas pendapatan menurut Boediono (1998) dapat diungkapkan sebagai berikut :

### 1. Barang Normal ( $E_I > 0$ )

Hal ini berarti pendapatan dan jumlah barang normal yang diminta berbanding langsung, artinya kenaikan pendapatan akan menyebabkan kenaikan jumlah barang normal yang diminta. Barang normal terdiri dari :

#### a. Barang kebutuhan ( $0 < E_I < 1$ )

Artinya pendapatan dan jumlah barang kebutuhan pokok yang diminta berbanding langsung, tetapi perubahan tidak menyebabkan perubahan permintaan terhadap barang tersebut sebesar

#### b. Barang Mewah ( $E_I > 1$ )

Artinya perubahan pendapatan akan menimbulkan perubahan jumlah suatu barang yang diminta, tetapi dalam hal ini perubahan permintaan lebih besar dari perubahan pendapatan itu sendiri.

### 2. Barang Inferior ( $E_I < 0$ )

Hal ini berarti bahwa pendapatan dan jumlah barang inferior yang diminta berbanding terbalik, artinya kenaikan pendapatan akan menyebabkan penurunan jumlah barang inferior yang diminta.

## 2.2 Jasa

Banyak pengertian tentang jasa yang dikemukakan oleh para ahli, namun dari semua itu belum ada yang dapat diterima secara utuh. Keanekaragaman tentang rumusan jasa yang dikemukakan oleh para ahli ekonomi diantaranya, menurut Tjiptono (2000) mendefinisikan jasa adalah setiap tindakan atas perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan menghasilkan kepemilikan sesuatu. Sedangkan Payne (2000), berpendapat bahwa jasa merupakan suatu

kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketakberwujudan (*intangibility*) yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen/ dengan properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan.

### 2.2.1 Karakteristik Jasa

Produk jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan barang (produk fisik). Terdapat empat karakteristik pokok pada jasa yang membedakannya dengan barang (Tjiptono, 2000) yaitu :

1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa bersifat *intangible*, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum dibeli. Konsep penting dari *intangible* adalah nilai yang di alami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan / rasa aman.

2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Artinya bahwa dalam jasa, interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemesanan jasa, keduanya mempengaruhi hasil dari jasa tersebut. Efektivitas individu dalam menyampaikan jasa (*contact personal*) merupakan unsur terpenting.

3. *Variability* (varibilitas)

Jasa merupakan *non-standardized* output, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

4. *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa merupakan komoditi yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Dengan demikian bila jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.



### 2.3 Transportasi

Transportasi diartikan sebagai pemindahan barang dan manusia dari tempat asal ke tempat tujuan. Sehingga dengan kegiatan tersebut, maka terdapat tiga hal yaitu adanya muatan yang diangkut, tersedianya kendaraan sebagai alat angkut dan terdapatnya jalan yang dapat dilalui. Proses pemindahan dari gerakan dan terdapatnya jalan yang dilalui. Proses pemindahan dari gerakan tempat asal, dimana kegiatan pengangkutan dimulai dan ke tempat tujuan dimana kegiatan diakhiri. Untuk itu dengan adanya pemindahan barang dan manusia tersebut, maka transportasi merupakan salah satu sektor yang dapat menunjang kegiatan ekonomi (*the promoting sector*) dan pemberi jasa (*the servicing sector*) bagi perkembangan ekonomi (Nasution, 1996).

Pengertian lainnya yang mengemukakan bahwa transportasi merupakan pergerakan tingkah laku orang dalam ruang baik dalam membawa dirinya sendiri maupun membawa barang (Soesilo, 1999).

Transportasi merupakan pemindahan barang dan orang dari suatu tempat ke tempat lain yang memperlihatkan empat bagian penting yaitu jalan, kendaraan dan alat angkut, tenaga penggerak dan terminal (Kamaludin, 2003).

Pengertian transportasi secara umum dapat diartikan sebagai kegiatan perpindahan barang dan atau manusia dari tempat asal ke tempat tujuan membentuk suatu hubungan yang terdiri dari 3 tiga bagian yaitu : (a) ada muatan yang diangkut, (b) tersedianya sarana sebagai alat angkut dan (c) tersedianya prasarana jalan yang dilalui. Proses transportasi merupakan gerakan dari tempat asal pengangkutan dimulai ke tempat tujuan kemana kegiatan pengangkutan diakhiri (Pusdiklat Perhubungan Darat, 1997).

## 2.4 Permintaan Jasa Transportasi

Permintaan akan perjalanan mempunyai keterkaitan yang besar dengan aktivitas yang ada dalam masyarakat. Pada dasarnya permintaan atas jasa transportasi merupakan cerminan kebutuhan akan transport dari pemakai sistem tersebut, baik untuk angkutan manusia maupun angkutan barang dan karena itu permintaan jasa akan transpor merupakan dasar yang penting dalam mengevaluasi perencanaan transportasi dan desain fasilitasnya. Semakin banyak dan pentingnya aktivitas yang ada, maka tingkat akan kebutuhan perjalananpun meningkat.

Menurut Edward K. Morlok dalam Karissa (2011), transportasi manusia atau barang biasanya bukanlah merupakan tujuan akhir, oleh karena itu, permintaan akan jasa transportasi dapat disebut sebagai permintaan turunan (derived demand) yang timbul akibat adanya permintaan akan komoditi atau jasa lainnya.

Dengan demikian permintaan akan transportasi baru akan ada, apabila ada faktor-faktor yang mendorongnya. Permintaan jasa transportasi tidak berdiri sendiri, melainkan tersembunyi dibalik kepentingan yang lain. Permintaan akan jasa angkutan, baru akan timbul apabila ada hal-hal dibalik permintaan itu, misalnya keinginan untuk rekreasi, keinginan untuk ke sekolah atau untuk berbelanja, keinginan untuk berbelanja, keinginan untuk menengok keluarga yang sakit dan sebagainya (Rudi Azis, 2014:83).

Pada dasarnya permintaan angkutan diakibatkan oleh hal-hal berikut (Rudi Azis, 2014:83) :

1. Kebutuhan manusia untuk bepergian dari ke lokasi lain dengan tujuan mengambil bagian didalam suatu kegiatan, misalnya bekerja, berbelanja, ke sekolah, dan lain-lain.
2. Kebutuhan angkutan barang untuk dapat digunakan atau dikonsumsi di lokasi lain.

Permintaan dan pemilihan pemakai jasa angkutan (users) akan jenis transportasi sangat ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu sebagai berikut :

1. Sifat-sifat dari muatan (physical characteristics)

Apabila sifat dari muatan itu baik, misalnya saja aman digunakan, maka akan semakin banyak orang yang menggunakannya.

2. Biaya transportasi

Makin rendah biaya transportasi makin banyak permintaan akan jasa transportasi. Tingkat biaya transportasi merupakan faktor penentu dalam pemilihan jenis jasa transportasi.

3. Tarif transportasi

Tarif transportasi yang ditawarkan oleh berbagai macam moda transportasi untuk tujuan yang sama akan mempengaruhi pemilihan moda transportasi.

4. Pendapatan pemakai jasa angkutan (users)

Apabila pendapatan penumpang naik, maka akan lebih banyak jasa transportasi yang akan dibeli oleh para penumpang.

5. Kecepatan angkutan

Pemilihan ini sangat tergantung pada faktor waktu yang dipunyai oleh penumpang.

## 6. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan terdiri dari :

### a. Frekuensi

Makin tinggi frekuensi keberangkatan dan kedatangan dari suatu moda transportasi, pemakai jasa angkutan mempunyai banyak pilihan.

### b. Pelayanan baku (standard of service)

Suatu moda transportasi yang dapat memberikan pelayanan yang baku dan dilaksanakan secara konsisten sangat disenangi oleh para pemakai jasa angkutan.

### c. Kenyamanan (comfortibility)

Pada umumnya penumpang selalu menghendaki kenyamanan dalam perjalanannya. Kenyamanan dapat pula dijadikan suatu segmen pasar tersendiri bagi suatu moda transportasi. Kepada mereka yang memberi nilai tinggi untuk kenyamanan, dapat dibebani biaya transportasi yang lebih tinggi daripada penumpang yang kurang memperhatikan kenyamanan.

### d. Ketepatan (reliability)

Kegagalan perusahaan angkutan untuk menepati waktu penyerahan atau pengambilan barang, berpengaruh besar terhadap pemilihan atas perusahaan tersebut.

### e. Keamanan dan keselamatan

Faktor keamanan dan keselamatan selalu menjadi tumpuan bagi pemilihan suatu moda transportasi oleh penumpang.

Menurut Nasution dalam Aprilyani (2013), Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jasa mempengaruhi permintaan jasa angkutan adalah sebagai berikut :

#### 1. Harga Jasa Angkutan

Pengaruh harga jasa angkutan terhadap permintaan jasa angkutan ditentukan pula oleh hal-hal berikut :

- a. Tujuan perjalanan (trip purpose), yaitu apakah perjalanan rekreasi/berlibur (leisure travel) atau perjalanan bisnis (business travel)
- b. Cara pembayaran, yaitu bisa kredit atau tidak, tiket pergi-pulang dapat potongan harga atau tidak, dan sebagainya.
- c. Pertimbangan tenggang waktu, apakah waktu yang dipunyai, banyak atau tidak.
- d. Tingkat absolute dari perubahan harga, yaitu 10% kenaikan atas tarif Rp. 5.000, akan sangat berlainan dampak permintaannya terhadap tarif yang Rp. 500.000.

#### 2. Tingkat Pendapatan

Apabila tingkat pendapatan pemakai jasa transportasi makin meningkat, maka permintaan jasa transportasi makin meningkat pula, karena kebutuhan melakukan perjalanan makin meningkat.

#### 3. Citra atau Image Terhadap Perusahaan atau Moda Transportasi Tertentu

Apabila suatu perusahaan angkutan atau moda angkutan tertentu senantiasa memberikan kualitas pelayanan yang dapat memberi kepuasan kepada pemakai jasa transportasi, maka konsumen tersebut akan menjadi pelanggan yang setia. Dengan kualitas pelayanan yang prima akan dapat meningkatkan citra perusahaan kepada para pelanggannya.

## 2.5 Jasa Transportasi Berbasis Aplikasi *Online*

Jasa transportasi berbasis *online* ini disebut juga dengan aplikasi *ridesharing* yang kemunculannya di Indonesia mulai marak pada tahun 2014. Pada awal kemunculannya dimulai oleh aplikasi Uber yang mengusung UberTaxi sebagai bisnis layanan transportasi berbasis aplikasi *online*. Kemudian diikuti dengan kemunculan Go-Jek, GrabBike, GrabTaxi dan aplikasi berbasis *online* lainnya.

Terkait fenomena diatas, maka dapat diketahui sebelum kemunculan dan maraknya aplikasi seperti Go-Jek, GrabBike, GrabTaxi maupun aplikasi lainnya yang sudah ada terlebih dahulu yaitu Uber. Perusahaan aplikasi berbasis *online* ini dilahirkan oleh Garret Camp dan Travis kalanick di Kota San Fransisco, Amerika Serikat sekitar pada tahun 2009. Di San Fransisco pun yang beroperasi tidak hanya Uber tetapi ada pesaing terbesarnya yaitu, Lyft dan SideCar. Di lain negara seperti halnya di Asia, aplikasi transportasi berbasis *online* pun sudah ada seperti EasyTaxi serta Ola di India. Fenomena jasa transportasi berbasis aplikasi *online* sebenarnya merupakan jawaban atas kebutuhan masyarakat akan transportasi yang mudah di dapatkan, nyaman, cepat dan murah. Banyak faktor yang membuat aplikasi berbasis *online* ini dibutuhkan oleh banyak masyarakat khususnya kota-kota besar di Indonesia. Jika dilihat dari sisi kebutuhan masyarakat di kota-kota besar, transportasi *online* sudah menjadi sebuah moda alternatif yang diinginkan masyarakat setelah sebelumnya masyarakat harus menggunakan moda transportasi konvensional yang menuai beberapa masalah seperti minimnya keamanan dan kenyamanan ketika menggunakan bis umum yang seringkali sudah tidak layak beroperasi maupun faktor-faktor lainnya.

Selain itu, saat ini teknologi merupakan kebutuhan yang sangat penting dalam aspek global karena dunia semakin cepat berubah kearah modernisasi berbagai aspek oleh karena itu setiap negara harus mampu bersaing dengan pemanfaatan teknologi serta mengaplikasikannya di dalam aktivitas. Berkaitan dengan hal ini, jasa transportasi berbasis aplikasi *online* merupakan tuntutan persaingan yang mengharuskan peran teknologi di dalam mempermudah mobilitas masyarakat.

Beberapa contoh perusahaan jasa transportasi berbasis aplikasi *online* di Indonesia yaitu :

a) Go-Jek

Pada prinsipnya, aplikasi Go-Jek bekerja dengan mempertemukan permintaan angkutan ojek dari penumpang dengan jasa tukang ojek yang beroperasi di sekitar wilayah penumpang tersebut. Cukup dengan mengunduh aplikasinya dari Google Play Store dan iOS, maka kita bisa memesan jasa layanan tersebut. Tarif angkutannya disesuaikan dengan jarak tempuh yang akan dicapai. Selain jasa angkutan penumpang, ada juga layanan antar barang (kurir) dan belanja.

b) GrabBike

Hampir mirip dengan Go Jek, hanya saja layanan GrabBike belum memiliki layanan antar barang atau belanja. Saat ini, GrabBike telah beroperasi di 3 kota di kawasan Asia Tenggara yang mengalami persoalan kemacetan, seperti Ho Chi Min City dan Hanoi di Vietnam serta di Jakarta.

c) GrabTaxi

GrabTaxi merupakan aplikasi pemesanan taksi dengan induk perusahaan dari Malaysia. Dengan aplikasi ini, masyarakat bisa memesan taksi untuk



keperluan antar jemput dengan tarif standar yang ditetapkan sesuai argo. Layanan antar jemput bisa lebih cepat karena pemesanan dilakukan melalui aplikasi yang sudah diunduh di smartphone.

d) Uber

Uber adalah perusahaan jaringan transportasi dari Amerika yang menggunakan aplikasi di smartphone untuk pemesanan mobil. Perbedaannya adalah armada mobil yang digunakan bukan transportasi publik plat kuning, melainkan mobil pribadi bernomor polisi hitam dengan logo khusus Uber. Jika menggunakan jasa ini tidak bisa membayar tunai, tapi secara *online* atau kartu kredit. Tarif yang ditetapkan adalah Rp 30 ribu sebagai tarif minimal dan selanjutnya dikenakan tarif perjalanan berdasar waktu dan jarak yang ditempuh. Jenis mobil yang digunakan adalah Toyota Innova, Alphard dan Hyundai Sonata.

Adapun tujuan dan manfaat lahirnya jasa transportasi berbasis aplikasi *online* adalah sebagai berikut:

- a. Praktis dan mudah digunakan, layanan jasa transportasi berbasis aplikasi *online* ini cukup menggunakan telepon pintar yang sudah menggunakan internet dan aplikasi jasa transportasi *online* yang ada didalamnya, kita dapat melakukan pemesanan layanan jasa transportasi.
- b. Transparan, dengan jasa transportasi berbasis aplikasi *online* ini juga memungkinkan pelanggan mengetahui dengan pasti setiap informasi jasa transportasi *online* secara detail seperti nama *driver*, nomor kendaraan, posisi kendaraan yang akan dipakai, waktu perjalanan, lisensi pengemudi dan lain sebagainya.

- c. Lebih terpercaya, maksudnya disini lebih terpercaya adalah para pengemudi atau *driver* sudah terdaftar didalam perusahaan jasa transportasi berbasis aplikasi *online* ini berupa identitas lengkap dan perlengkapan berkendara yang sesuai Standar Nasional Indonesia (SNI) sehingga dapat meminimalisir resiko kerugian terhadap pengguna jasa transportasi ini.
- d. Adanya asuransi kecelakaan bagi pengguna dan pengemudi, salah satu perusahaan jasa transportasi berbasis aplikasi *online* yaitu Go-Jek telah melakukan kerjasama dengan perusahaan asuransi Allianz dalam memberikan perlindungan asuransi kecelakaan bagi para pengguna jasa transportasi Go-Jek.

## 2.6 Sumber Hukum Jasa Transportasi Berbasis Aplikasi *Online*

Seiring dengan semakin berkembangnya *smartphone* (telepon pintar) yang memiliki fitur teknologi aplikasi untuk menghubungkan pengguna *smartphone* ke internet, mendorong perkembangan teknologi aplikasi hingga akhirnya saat ini dimanfaatkan sebagai media bisnis. Teknologi aplikasi merupakan hasil kreativitas para pelaku usaha yang melihat adanya peluang bisnis dalam wilayah di antara pembeli dan penjual jasa. Wilayah itulah yang dikembangkan para pelaku usaha untuk berbisnis dengan menciptakan teknologi aplikasi yang digunakan untuk menghubungkan antara masyarakat pengguna dan pelaku usaha.

Perusahaan yang bergerak dibidang jasa transportasi berbasis aplikasi *online* sebelumnya diatur dalam Surat Pemberitahuan Nomor UM.3012/1/21/Phb/2015 tanggal 9 November Tahun 2015 yang dikeluarkan oleh Menteri Perhubungan Republik Indonesia Bapak Igansius Jonan. Namun surat pemberitahuan tersebut menuai pro maupun kontra yang mengakibatkan

terjadinya perdebatan keras maupun bentrokan antar kepentingan transportasi *online* dan transportasi konvensional. Maka untuk menengahi konflik di kalangan masyarakat terkait transportasi *online*, pemerintah melalui Menteri Perhubungan dan Komisi V DPR RI akhirnya menerbitkan aturan regulasi terbaru mengenai transportasi umum, yakni melalui Peraturan Menteri Perhubungan (Permenhub) No. 108 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak Dalam Trayek seperti taksi, angkutan pariwisata, angkutan karyawan, angkutan sewa, angkutan permukiman dan angkutan sewa khusus dengan penggunaan aplikasi berbasis teknologi informasi. Peraturan Menteri Perhubungan (Permenhub) No. 108 Tahun 2017 mulai berlaku pada tanggal 1 November 2017.

## 2.7 Inovasi yang Mengganggu (*Disruptive Innovation*)

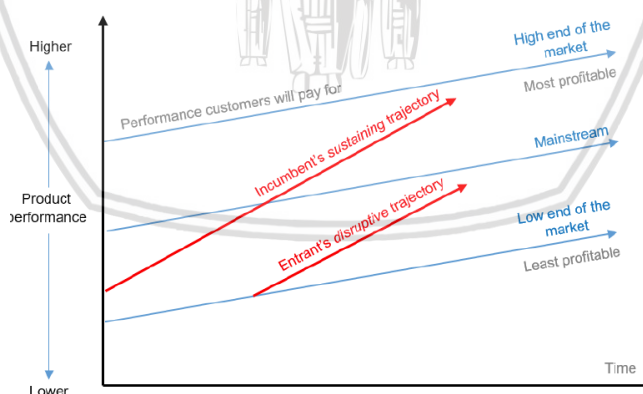
*Disruptive Innovation*, dalam bahasa Indonesia yang disadur bebas berarti inovasi yang mengacau atau inovasi yang mengganggu. Kata mengganggu pada konteks ini tidak dapat diambil maknanya secara bebas begitu saja. Sejalan dengan perkembangan teknologi, mengganggu dalam konteks ini bermakna bahwa munculnya inovasi teknologi baru akan mengganggu keberadaan teknologi yang lama.

Pengertian persaingan pasar pada keilmuan ekonomi yang lampau sering menjadikan harga sebagai parameter utama dalam melihat faktor yang mempengaruhi persaingan itu sendiri (Inge, Wahyuningtyas, & Valcke, 2014, hal. 2). Namun sering dilupakan bahwa dalam persaingan pasar yang modern teknologi mempunyai pengaruh yang sangat besar. Terlebih untuk perusahaan yang sudah mapan dan merasa memimpin industri, seringkali ego dan kepercayaan diri yang terlampau besar menutup mata terhadap inovasi yang

dilakukan pesaing atau pendatang baru. Teknologi yang muncul setelahnya perlahan dapat diterima konsumen dan menggantikan teknologi yang disediakan oleh perusahaan yang sudah mapan tersebut. Bagaimanapun juga, inilah dasar bagaimana inovasi yang menggantikan dan lebih mudah itu disebut sebagai inovasi yang mengganggu.

Sangat sulit untuk menentukan kapan sebenarnya inovasi yang mengganggu ini pertama kali muncul di dunia. Meski demikian, istilah inovasi yang mengganggu dipopulerkan oleh Clayton M. Christensen pada tahun 1997 (Australian Government: Productivity Commission, 2016, hal. 15). Inovasi yang mengganggu pertama kali dipopulerkan dengan istilah teknologi yang mengganggu. Christensen memperkenalkan inovasi yang mengganggu sebagai bentuk gangguan oleh pendatang baru. Pendatang baru tersebut berkompetisi dengan perusahaan *incumbent* yang sudah mapan.

**Gambar 2. 2 Model Inovasi yang Mengganggu**



Sumber : Latin American and Caribbean Competition Forum, 2016

Dalam teori persaingan pasar, dikenal *structure, conduct, performance* (SCP). Datangnya pesaing baru yang membawa teknologi yang mengganggu, tentu akan merubah SCP dalam skala besar. Struktur pasar akan berubah secara perlahan. Pergeseran akan terjadi menuju industri jasa yang menawarkan

kemudahan dan kemurahan. Selanjutnya, conduct yang dipengaruhi oleh konsumen mulai bergeser sesuai dengan kemampuan konsumen untuk mengakses teknologi. Terakhir performance yang dilakukan pasti akan menyesuaikan bagaimana pasar membentuk titik keseimbangan. Teknologi yang mengganggu yang kemudian menjadi inovasi yang mengganggu muncul bukan karena tidak disengaja. Inovasi yang mengganggu muncul sebagai jawaban atas penggunaan teknologi terbaru untuk bisnis. Dengan kata lain, perkembangan pasar akan memaksa SCP dalam industri untuk berubah guna memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan arus modernisasi.

Landasan teori yang cukup kuat ketika membahas mengenai pembaharuan atau inovasi adalah teori milik Joseph Alois Schumpeter. Schumpeter berkeyakinan bahwa faktor penting pembangunan ekonomi adalah pembaharuan yang dilakukan oleh kalangan *entrepreneur* (Sukirno, 1978, hal. 281). Pembaharuan yang dimaksud Schumpeter adalah sebuah langkah baru dari pelaku usaha atau bisnis.

Schumpeter memperkenalkan sebuah inovasi sebagai (Sukirno, 1978, hal. 283):

1. Memperkenalkan suatu barang (dapat diartikan teknologi) baru.
2. Menggunakan cara baru dalam memproduksi barang.
3. Memperluas pasar suatu barang ke daerah- daerah yang baru.
4. Mengadakan reorganisasi dalam suatu perusahaan.
5. Mengembangkan sumber bahan mentah yang baru.

Dari kelima pembaharuan yang diklasifikasikan oleh Schumpeter tersebut terlihat bahwa hasil akhir yang ingin dicapai adalah efisiensi dan efektifitas sebuah proses produksi. Perubahan yang dilakukan diharapkan mampu

menambah nilai produk dengan menyederhanakan proses produksi itu sendiri. Proses tersebut pada dasarnya merupakan hal yang dilakukan oleh para pengusaha yang berinovasi.

Kegiatan pembaharuan (inovasi) oleh para pengusaha akan menimbulkan efisiensi (Oakey, 2015). Dari efisiensi tersebut akan menyebabkan turunnya harga produk secara berkala. Selanjutnya teori pasar mulai memainkan perannya. Dengan harga yang turun akan menaikkan konsumsi masyarakat. Dari sisi lain dapat dilihat bahwa proses inovasi akan membuka kesempatan kerja baru dengan pendapatan yang lebih tinggi. Perkembangan dan perluasan lapangan kerja akan membuat banyak orang masuk dalam pasar tenaga kerja yang lebih baik. Dengan pekerjaan yang baik akan meningkatkan pendapatan. Pendapatan yang meningkat cenderung akan diikuti dengan konsumsi yang meningkat pula. Dengan kata lain, kegiatan inovasi yang dilakukan pengusaha akan meningkatkan pendapatan masyarakat sekaligus meningkatkan konsumsinya.

## **2.8 Hubungan antar Variabel**

Pada bagian ini akan dijelaskan hubungan antara masing-masing variabel independen yang terdiri dari pendapatan, harga Go-Jek, harga ojek konvensional, usia dan jenis kelamin terhadap variabel dependen yaitu permintaan Go-Jek.

### **2.8.1 Hubungan Pendapatan dengan Permintaan Go-Jek**

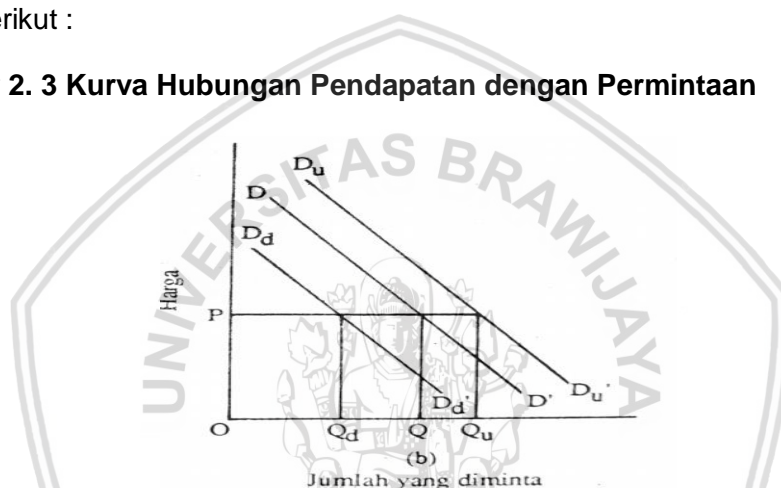
Menurut Winardi (2000), pendapatan adalah sejumlah hasil yang diterima berupa uang atau material lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa-jasa lainnya. Wahab (2005) menyatakan bahwa semakin besar tingkat pendapatan, maka pergerakan permintaan juga cenderung akan meningkat.



Sedangkan, semakin kecil tingkat pendapatan, maka pergerakan permintaan juga cenderung akan menurun. Pendapat yang menyatakan bahwa apabila tingkat pendapatan pemakai jasa transportasi makin meningkat, maka permintaan jasa transportasi makin meningkat pula, karena kebutuhan melakukan perjalanan semakin meningkat (Nasution, 2004).

Hubungan antara pendapatan dengan permintaan dapat dilihat pada kurva berikut :

**Gambar 2. 3 Kurva Hubungan Pendapatan dengan Permintaan**



Sumber : Sudarman, 1980

Pada kurva diatas dijelaskan bahwa  $DD'$  kurva permintaan sebelum ada perubahan pendapatan. Ketika pendapatan konsumen naik, maka permintaan akan naik atau bergeser ke kanan menjadi  $D_u'D_u'$ . Apabila pendapatan konsumen menurun maka permintaan akan menurun atau bergeser ke kiri menjadi  $D_d'D_d'$ . Jika diasumsikan pada permintaan Go-Jek, maka semakin tinggi pendapatan seseorang akan meningkatkan jumlah permintaan terhadap jasa transportasi Go-Jek tersebut dan sebaliknya mengikuti kurva pada gambar 2.3 diatas.

### 2.8.2 Hubungan Harga Go-Jek dengan Permintaan Go-Jek

Menurut Joerson (2003), pertalian antara harga dan kuantitas yang diminta berbanding terbalik (negatif) akan menimbulkan konsekuensi bahwa

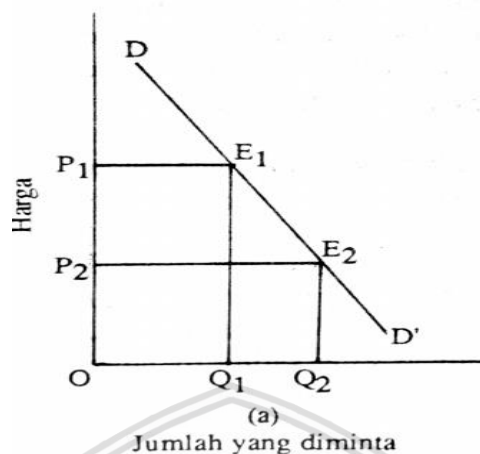


apabila harga naik, maka kuantitas yang diminta akan turun dan apabila harga turun, maka kuantitas yang diminta akan naik

Dalam konteks pemasaran, secara sederhana istilah harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan jasa. Indikator dari harga dapat dinyatakan dalam penilaian konsumen terhadap besarnya pengorbanan biaya yang dikeluarkan dalam kaitannya dengan spesifikasi yang berupa kualitas produk atau jasa. Seperti yang diungkapkan Lupiyoadi (2006) bahwa manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa harus dibandingkan dengan berbagai biaya (pengorbanan) yang ditimbulkan dalam mengkonsumsi layanan jasa tersebut. Ada nya kesesuaian antara harga dan kualitas produk atau jasa dapat membuat kepuasan bagi konsumen. Apabila kualitas atau manfaat yang diterima konsumen sesuai dengan harga yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk tersebut, maka konsumen akan puas. Sedangkan, apabila kualitas atau manfaat yang diterima konsumen tidak sesuai dengan harga yang dikeluarkan, maka konsumen akan merasa tidak puas. Harga yang dibebankan terhadap jasa yang ditawarkan menjadikan indikasi bahwa kualitas jasa macam apa saja yang akan diterima oleh konsumen.

Hubungan antara tarif atau harga dengan permintaan juga dapat dilihat pada kurva berikut :

**Gambar 2. 4 Kurva Hubungan Harga dengan Permintaan**



Sumber : Sudarman, 1980

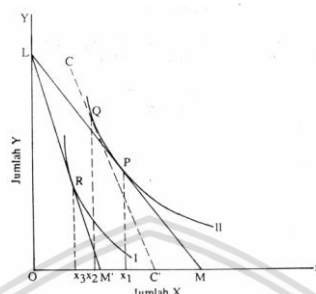
Pada kurva diatas harga digambarkan pada sumbu tegak dan jumlah yang diminta oleh konsumen pada sumbu datar. Bila harga turun dari  $OP_1$  menjadi  $OP_2$ , maka jumlah barang yang diminta naik dari  $OQ_1$  menjadi  $OQ_2$ . Perubahan ini ditunjukkan oleh pergerakan sepanjang kurva permintaan  $DD'$  yaitu dari titik  $E_1$  ke  $E_2$ . Jika diasumsikan pada permintaan Go-Jek, maka semakin tinggi tingkat tarif atau harga yang ditentukan akan menurunkan jumlah permintaan terhadap jasa transportasi Go-Jek tersebut dan sebaliknya sesuai dengan hukum permintaan seperti kurva pada gambar 2.4 diatas.

### **2.8.3 Hubungan Harga Transportasi Lain dengan Permintaan Go-Jek**

Menurut Lipsey (1992) salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan adalah harga barang dan jasa lain yang berkaitan atau harga substitusi. Apabila harga dari barang dan jasa substitusi lebih murah, maka individu akan beralih pada barang dan jasa substitusi tersebut. Akan tetapi jika harga barang dan jasa substitusi naik, maka individu akan tetap menggunakan barang dan jasa yang semula. Selain itu, Hasil penelitian Karissa (2011) menunjukkan bahwa harga atau tarif moda angkutan umum lain mempunyai hubungan positif dengan permintaan moda transportasi tersebut.

Hubungan antara harga transportasi lain dengan permintaan juga dapat dilihat pada kurva berikut :

**Gambar 2. 5 Kurva Hubungan Harga Transportasi Lain dengan Permintaan**



Sumber : Sudarman, 1980

Pada kurva diatas efek substitusi ditunjukkan oleh pergeseran dari posisi keseimbangan P ke posisi keseimbangan khayalan (*Imaginary Equilibrium Position*) di titik Q. Kedua titik keseimbangan ini berada dalam kurva indifference yang sama. Ketika harga transportasi pengganti lebih murah yaitu ojek konvensional, maka permintaan akan jasa ojek konvensional semakin meningkat dan permintaan layanan jasa Go-Jek semakin menurun. Menurut Sadono Sukirno (2010) sekiranya barang pengganti bertambah murah, maka barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaan.

#### 2.8.4 Hubungan Usia dengan Permintaan Go-Jek

Usia merupakan ukuran tingkat seseorang dalam berpikir dan membentuk kedewasaan, hal ini juga mempengaruhi kematangan seseorang dalam memutuskan, memilih atau menentukan sesuatu pilihan. Dengan usia yang semakin dewasa, maka individu akan dapat menentukan permintaan nya sendiri sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan. Dalam memilih moda transportasi yang akan digunakan, maka usia seorang individu dapat berpengaruh terhadap penggunaan jasa transportasi yang sesuai dengan kebutuhan nya. Hasil

penelitian Anissa Rahmadani (2016) menunjukkan bahwa usia memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan jasa transportasi.

#### **2.8.5 Hubungan Jenis Kelamin dengan Permintaan Go-Jek**

Jenis kelamin merupakan salah satu jenis variabel demografi. Jenis kelamin atau gender digunakan untuk membedakan identitas seseorang yang dapat mempengaruhi sudut pandang seseorang. Dalam memilih moda transportasi jenis kelamin sangat berpengaruh, wanita lebih cenderung memilih angkutan umum dengan tingkat keamanan dan kenyamanan sangat baik. Sedangkan pria lebih memilih angkutan umum dengan tarif murah dan mudah mendapatkan serta waktu tempuh yang relatif cepat. Hasil penelitian Anissa Rahmadani (2016) menunjukkan bahwa variabel jenis kelamin memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan jasa transportasi.

### **2.9 Penelitian Terdahulu**

Adanya penelitian terdahulu yang mengangkat topik yang sama yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan jasa transportasi *online*, maka oleh penulis dijadikan wawasan dan pengembangan dalam penulisan skripsi ini. Adapun para penulis sebelumnya adalah sebagai berikut :

Penelitian yang dilakukan oleh Abdul Darmanto (2014) berjudul Analisis Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Transportasi Penyebrangan antar Pulau di Kota Raha bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh harga tiket terhadap permintaan jasa pelayanan transportasi penyeberangan antar pulau, (2) pengaruh dari tujuan keberangkatan terhadap permintaan jasa pelayanan transportasi penyeberangan antar pulau, (3) pengaruh dari pendapatan terhadap permintaan jasa pelayanan transportasi penyeberangan antar pulau, (4) pengaruh kualitas pelayanan terhadap permintaan jasa pelayanan transportasi

penyeberangan antar pulau di Kota Raha, Provinsi Sulawesi Tenggara. Penelitian ini bersifat menerangkan hal yang menyangkut pengujian hipotesis variabel-variabel penelitian dan dalam deskriptifnya juga mengandung uraian-uraian. Sedangkan alat yang digunakan dalam penelitian merupakan alat pengumpulan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas secara bersama-sama mampu memberikan penjelasan terhadap variabel terikat dengan nilai  $R^2$  sebesar 95%, artinya harga tiket, tujuan keberangkatan, pendapatan dan kualitas pelayanan dapat menjelaskan variasi permintaan jasa transportasi laut di Kota Raha sebesar 95%, sedangkan sisanya 5% yang dijelaskan variabel-variabel lain diluar model estimasi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fajriah (2017) yang berjudul Analisis Permintaan Jasa Ojek Online di Kota Makassar menjelaskan bahwa di Kota Makassar jasa transportasi menjadi sangat penting ketika masyarakat melakukan berbagai aktivitas. Semakin padatnya masyarakat Kota Makassar, maka semakin pesat perkembangan jasa angkutan. Jasa ojek *online* sebagai salah satu sarana transportasi terbaru yang berkembang di Kota Makassar untuk menunjang mobilitas penduduk. Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dari masyarakat Kota Makassar dengan cara membagikan kuisioner di beberapa disetiap komplek dan lingkungan tempat tinggal. Variabel bebas yaitu pendapatan, tarif, jarak dan kepemilikan kendaraan pribadi serta variabel terikat yaitu permintaan jasa ojek *online* di Kota Makassar. Analisis data menggunakan regresi linear berganda kemudian data diolah dengan menggunakan EVIEWS 09. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tarif dan variabel jarak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap permintaan jasa ojek *online* di Kota Makassar, sedangkan variabel pendapatan

berpengaruh secara positif dan tidak signifikan dan variabel kepemilikan kendaraan pribadi berpengaruh negatif dan signifikan. Adapun secara keseluruhan variabel independen berpengaruh sebesar 59,98%, 40,12% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Dalam penelitian yang dilakukan Firas Yusuf Permana (2016) meneliti tentang “Analisis Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Angkutan Umum Bis Damri Cabang Bandung” menyatakan bahwa variabel yang berpengaruh nyata terhadap permintaan jasa angkutan umum Bis Damri adalah variabel pendapatan pengguna, kepuasan pelayanan serta kepemilikan kendaraan pribadi, dimana pendapatan pengguna dan kepemilikan kendaraan pribadi berpengaruh negatif terhadap permintaan Bis Damri, sementara kepuasan pelayanan berpengaruh positif. Variabel yang tidak berpengaruh nyata terhadap permintaan Bis Damri adalah tarif bis Damri dengan pengaruhnya yang negatif, dan variabel tarif angkutan umum lain yang berpengaruh positif terhadap permintaan jasa angkutan umum Bis Damri.

Penelitian yang dilakukan oleh Julu Karolina Sianipar (2006) meneliti tentang “Pengaruh Harga Tiket Dan Intensitas Keberangkatan Terhadap Permintaan jasa Angkutan Penumpang Kapal Laut Jurusan Belawan-Tanjung Priok”, menyatakan bahwa dari 2 (dua) variabel yang secara nyata mempengaruhi tingkat jumlah penumpang (Y) adalah variabel intensitas keberangkatan (X2), sedangkan variabel harga (X1) tidak nyata mempengaruhi jumlah penumpang (Y). Dimana pada tingkat keyakinan 95%, variabel harga (X1) dan variabel intensitas keberangkatan (X2) secara bersama mampu menjelaskan hubungan dengan tingkat jumlah penumpang hingga 42,7%. Sedangkan sisanya sebesar 57,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk model.



Penelitian menurut Anissa Rahmadani (2016) pada penelitiannya yang berjudul Analisis Permintaan Jasa Transportasi Udara Di Terminal 2 Bandaran Juanda Surabaya Dengan Studi Kasus Maskapai Garuda Indonesia Tujuan Surabaya (SUB) – Jakarta (CGK). Dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga tiket maskapai Garuda Indonesia, Pendapatan dan karakteristik demografi penumpang terhadap permintaan jasa transportasi udara. Data yang digunakan adalah data survey terhadap 100 orang responden. Metode penelitian yang digunakan adalah regresi linear berganda yang di estimasi menggunakan metode *Ordinary Least Square* (OLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga tiket penerbangan, pendapatan, jenis kelamin, pendidikan terakhir dan umur mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap jasa transportasi udara, sedangkan pekerjaan tidak mempunyai pengaruh terhadap permintaan jasa transportasi udara.

Penelitian yang dilakukan oleh Shilvia L. Br. Silalahi, Putu W. Handayani dan Qorib Munjarat (2017) dengan judul *Service Quality Analysis for Online Transportation Service: Case Study of GO-JEK* bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan pada aplikasi Go-Jek. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif menggunakan teknik Entropy dengan 20 kriteria. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 1.670 orang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan pada aplikasi Go-Jek dirasakan kognitif, memudahkan pengguna dan dianggap sebagai inovasi baru.

Penelitian yang dilakukan oleh Shafaria Ghea Natyari (2016) dengan judul *Determinants Forming Uber Consumer Preferences in Bandung City, Indonesia*. Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisa faktor yang menjadi prefrensi konsumen dalam menggunakan jasa transportasi Uber. Dari hasil yang



diteliti ada lima faktor pembentuk preferensi konsumen dalam menggunakan transportasi Uber di Kota Bandung yaitu tarif, praktis, kepercayaan, kenyamanan dan keamanan. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan SPSS dapat diketahui bahwa dari kelima faktor tersebut yang memiliki pengaruh paling dominan adalah faktor kenyamanan.

Penelitian yang dilakukan oleh M. Poku Boansi dan K.K Adarkwa dengan judul *The Determinants of Demand For Public Transport Service In Kumasi, Ghana* bertujuan untuk menganalisa faktor apa saja yang mempengaruhi permintaan transportasi. Variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah status pekerjaan, jumlah populasi, tarif dan durasi perjalanan. Dari hasil penelitian tersebut diperoleh bahwa variabel tarif dan durasi perjalanan memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan. Kemudian variabel jumlah populasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

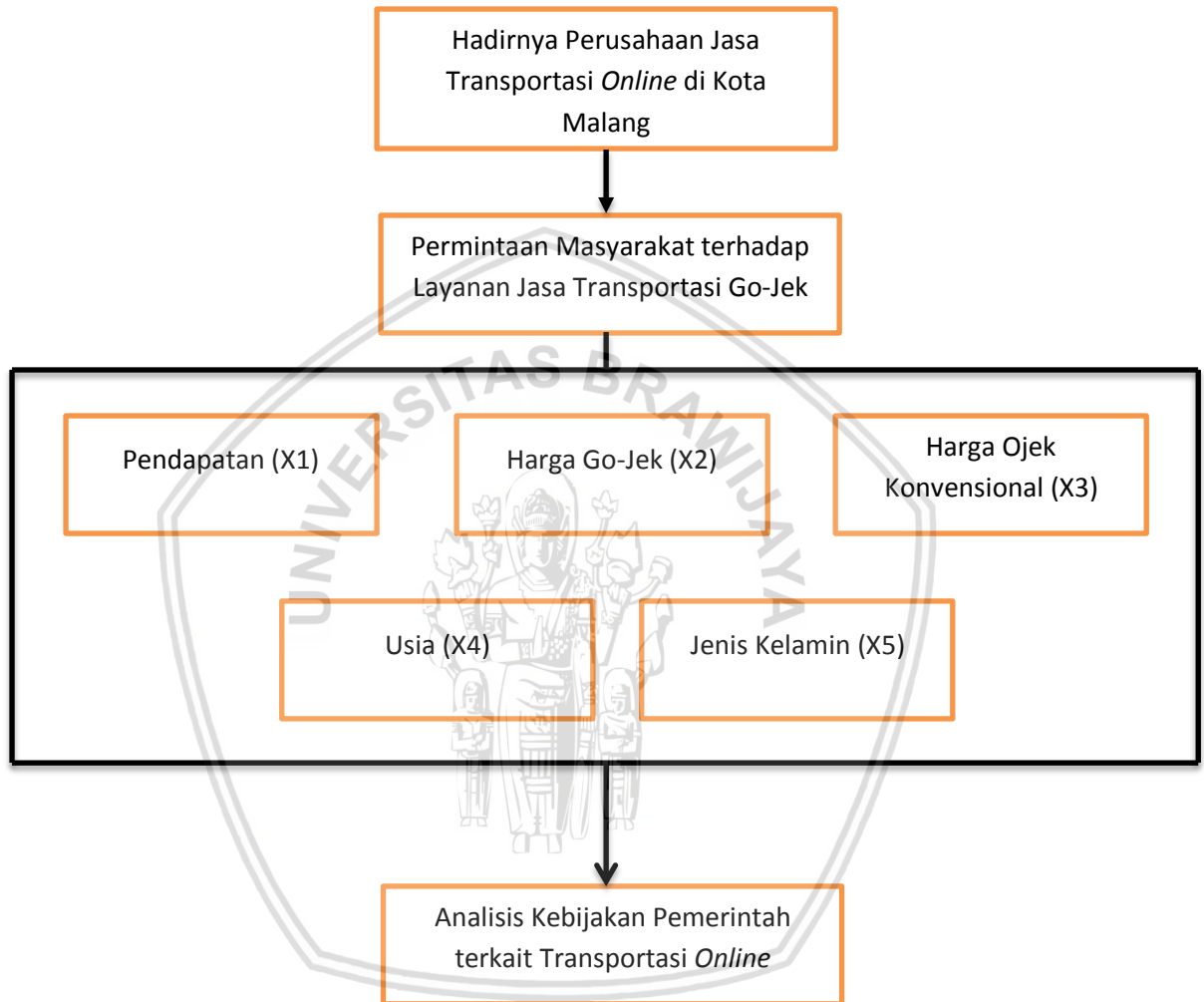
Dalam penelitian terdahulu yang sudah diuraikan diatas terdapat perbedaan pada penelitian yang penulis lakukan yaitu penelitian ini berfokus pada pengaruh pendapatan (X1), harga Go-Jek (X2), harga ojek konvensional (X3), usia (X4) dan jenis kelamin (X5) terhadap permintaan Go-Jek di Kota Malang Provinsi Jawa Timur. Dengan menggunakan data primer yang dimana data primer tersebut diperoleh dari responden pengguna jasa transportasi Go-Jek di Kota Malang Provinsi Jawa Timur.

## **2.10 Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan Go-Jek di Kota Malang Jawa Timur. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan terhadap ojek *online* akan dapat dilihat dari sisi pendapatan, harga Go-Jek, harga ojek konvensional, usia dan jenis

kelamin terhadap permintaan suatu jasa transportasi *online* yakni Go-Jek di Kota Malang. Berikut gambar 2.6 kerangka pemikiran :

**Gambar 2. 6 Kerangka Pemikiran**

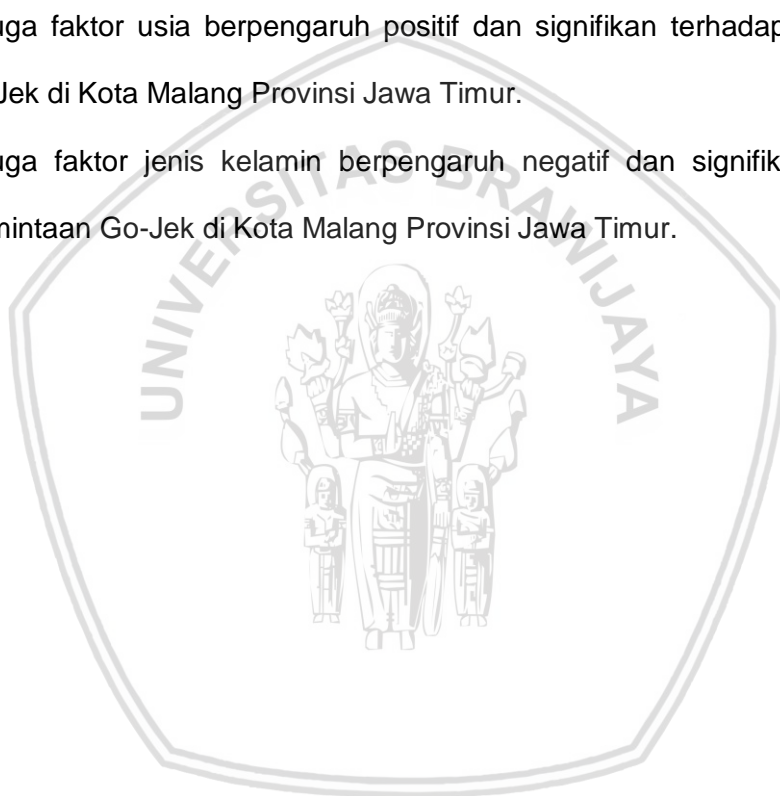


Sumber : Ilustrasi Penulis, 2017

## 2.11 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atas pertanyaan yang diajukan dalam perumusan masalah yang hendak diuji kebenarannya. Berdasarkan pada uraian masalah, konsep, teori dan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

- 1) Diduga faktor pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan Go-Jek di Kota Malang Provinsi Jawa Timur.
- 2) Diduga faktor harga Go-Jek berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan Go-Jek di Kota Malang Provinsi Jawa Timur.
- 3) Diduga faktor harga ojek konvensional berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan Go-Jek di Kota Malang Provinsi Jawa Timur.
- 4) Diduga faktor usia berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan Go-Jek di Kota Malang Provinsi Jawa Timur.
- 5) Diduga faktor jenis kelamin berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan Go-Jek di Kota Malang Provinsi Jawa Timur.



### BAB III

#### METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan metode yang akan digunakan dalam menguji hipotesis yang dibahas. Manfaat dari penelitian ini adalah untuk mengetahui atau menganalisis pengaruh variabel independen yang digunakan yaitu pendapatan, harga Go-Jek, harga ojek konvensional, usia dan jenis kelamin terhadap variabel dependen yaitu permintaan Go-Jek di Kota Malang Provinsi Jawa Timur. Agar tidak terjadi salah pengertian dan untuk memperjelas, maka akan diuraikan jenis penelitian yang digunakan, lokasi penelitian, penentuan model, sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel.

##### 3.1 Jenis Penelitian

Dalam sub bab ini akan dijelaskan dan diuraikan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian. Pada dasarnya metode penelitian merupakan alat dan prosedur bagaimana suatu penelitian tersebut dapat dilakukan (Nazir, 2003). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah metode kuantitatif.

Penelitian kuantitatif ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif, yaitu penelitian dengan cara menganalisis data yang telah terkumpul secara deskriptif mengenai fakta, sifat, serta permasalahan yang telah diidentifikasi secara sistematis mengenai situasi dan kejadian di lapangan, yang bertujuan untuk mempermudah dan mempercepat dalam proses penelitian (Sugiyono, 2016). Jenis penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif ini juga menggunakan metode survei dalam cara pengambilan data, yaitu mengambil sampel dari populasi yang disajikan dengan angka dan fakta yang ada di lapangan. Dengan menggunakan analisis kuantitatif diharapkan penelitian ini

akan memberikan hasil mengenai pengaruh variabel independen yang digunakan yaitu pendapatan sebagai X1, harga Go-Jek sebagai X2, harga ojek konvensional sebagai X3, usia sebagai X4 dan jenis kelamin sebagai X5 terhadap permintaan Go-Jek sebagai Y atau variabel dependen.

### 3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat yang dipilih oleh penulis untuk melakukan penelitian. Dalam hal ini kegiatan penelitian ini dilakukan di Kota Malang Provinsi Jawa Timur. Penulis memilih lokasi ini karena perkembangan transportasi ojek *online* khususnya Go-Jek di Kota Malang terus mengalami peningkatan yang disebabkan oleh permintaan yang sangat tinggi dari tahun ke tahun.

### 3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional merupakan definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan (Nazir, 2003). Definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Permintaan Jasa Go-Jek (Y),

Permintaan merupakan berapa kali pengguna jasa Go-Jek (konsumen) pada satu bulan terakhir, dalam hal ini berapa kali konsumen menggunakan jasa Go-Jek dalam satu bulan. Skala pengukuran variabel ini adalah dalam frekuensi jumlah penggunaan konsumen yang menggunakan jasa Go-Jek. Diasumsikan bahwa jumlah atau frekuensi penggunaan jasa Go-Jek merupakan kuantitas permintaan individu (responden) terhadap jasa Go-Jek. Variabel permintaan jasa Go-Jek dinyatakan dalam satuan jumlah berapa kali.

## 2. Pendapatan (X1)

Pendapatan merupakan jumlah uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (jika belum atau tidak berpenghasilan, maka berapa jumlah uang yang anda terima dari suami atau orang tua per bulan). Pendapatan dalam hal ini merupakan rata-rata jumlah penerimaan responden selaku pengguna jasa Go-Jek di Kota Malang dalam satu bulan yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).

## 3. Harga Go-Jek (X2)

Harga merupakan rata-rata biaya atas jasa transportasi yang harus dibayar oleh responden dalam menggunakan jasa Go-Jek dalam satu bulan di Kota Malang yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).

## 4. Harga Ojek Konvensional (X3)

Harga merupakan rata-rata biaya atas jasa transportasi yang harus dibayar oleh responden dalam menggunakan jasa ojek konvensional dalam satu bulan di Kota Malang yang dinyatakan dalam satuan rupiah (Rp).

## 5. Usia (X4)

Usia merupakan ukuran tingkat seseorang dalam berpikir dan membentuk kedewasaan, hal ini juga mempengaruhi kematangan seseorang dalam memutuskan, memilih atau menentukan sesuatu pilihan. Diukur dalam bentuk *dummy* yaitu 1 untuk usia 31-50 dan 0 untuk 11-30 tahun, yang dibagi atau justifikasi berdasarkan usia ketergantungan dengan orang lain.

## 6. Jenis Kelamin (X5)

Jenis kelamin merupakan salah satu variabel demografi. Jenis kelamin atau gender digunakan untuk membedakan identitas seseorang yang dapat

mempengaruhi sudut pandang seseorang. Dihitung dalam bentuk *dummy* yaitu 1 untuk laki-laki dan 0 untuk perempuan.

### 3.4 Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik serta sifat tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa Go-Jek di Kota Malang dikarenakan tingginya permintaan masyarakat di kota Malang dalam menggunakan jasa transportasi ojek *online* tersebut.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan termasuk dalam kategori *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*, yaitu dengan mempertimbangkan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik tertentu yang menurut peneliti sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, karena jumlah populasi yang besar dan terbatasnya informasi untuk mengetahui jumlah konsumen yang menggunakan Go-Jek di Kota Malang, maka peneliti akan menentukan ukuran sampel berdasarkan pendapat Roscoe (Sugiyono, 2016), yaitu:

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.



2. Bila sampe dibagi dalam kategori, maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis multivariat seperti korelasi atau regresi berganda, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti.
4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana dengan menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Dengan adanya pendapat Roscoe di atas, bisa dilihat bahwa jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan analisis regresi berganda pada metode analisis datanya. Oleh karena itu untuk menentukan sampel dalam penelitian ini digunakan pendapat Roscoe pada point pertama dan ketiga yaitu ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 serta jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada 6, yaitu 5 variabel independen (X) dan 1 variabel dependen (Y), maka jumlah sampel yang akan diambil adalah  $10 \times 6 = 60$  sampel dari konsumen Go-Jek yang berada di Kota Malang Provinsi Jawa Timur.

### **3.5 Metode Pengumpulan Data**

Pada sub bab ini penulis akan menguraikan tentang jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan oleh peneliti dan teknik pengumpulan data.

#### **3.5.1 Jenis dan Sumber Data**

Sumber data dalam suatu penelitian menjadi faktor penting yang digunakan sebagai pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data.

Data yang digunakan dalam sebuah penelitian dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu:

#### 1. Data primer

Data primer merupakan sumber-sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber yang asli. Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti tanpa melalui media perantara. Data primer biasanya dikumpulkan secara khusus oleh peneliti dengan menjawab pertanyaan dalam penelitian. Dalam penelitian ini penulis menggunakan data primer sebagai sumber datanya, dimana data yang dikumpulkan dan dijawab oleh responden ini meliputi :

- 1) Nama Responden
- 2) Besarnya pendapatan dari responden
- 3) Harga Go-Jek yang harus dibayar oleh responden
- 4) Harga transportasi lain berupa ojek konvensional yang harus dibayar oleh responden
- 5) Usia dari responden
- 6) Jenis kelamin dari responden

#### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam penelitian secara tidak langsung melalui media perantara atau didapatkan dari pihak lain yang telah melakukan pencatatan sebelumnya. Biasanya data-data ini diambil atau berasal dari studi kepustakaan, jurnal dan literatur-literatur.

### 3.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini antara lain dengan cara sebagai berikut:

1. Kuesioner atau angket, yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner untuk mengetahui jawaban mengenai variabel yang diteliti dari responden yang akan menjadi data dalam penelitian ini.
2. Observasi, yaitu merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati langsung obyek penelitian yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui lebih dalam karakteristik responden agar peneliti mendapatkan jawaban yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

### 3.6 Metode Analisis Data

Setelah data terkumpul penulis melakukan pengolahan data atau melakukan analisis data. Analisis data yang dilakukan penulis adalah untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah. Menurut Gujarati (2012), untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, maka digunakan model ekonometrika. Ekonometrika didefinisikan sebagai analisis kuantitatif dari fenomena yang sebenarnya didasarkan pada pengembangan yang bersamaan dengan teori dan pengamatan yang dihubungkan dengan metode inferensi yang sesuai. Dalam menentukan suatu

model analisis yang baik, maka model tersebut tidak lepas dari permasalahan yang ada. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), maka digunakan model analisis linear berganda dengan menggunakan metode *Ordinary Least Square* (OLS) yang bertujuan untuk meminimalkan penyimpangan hasil perhitungan regresi terhadap kondisi aktual dengan menggunakan program *SPSS* untuk mengolah data dalam penelitian ini.

### 3.6.1 Analisis Regresi Berganda

Metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis linear berganda. Model analisis linear berganda adalah regresi linear dimana sebuah variabel terikat atau dependen (Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas atau independen (X) yang bertujuan untuk mengetahui, menghitung, dan menganalisa seberapa besar pengaruh antara variabel independen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendapatan, harga Go-Jek, harga ojek konvensional, usia dan jenis kelamin terhadap variabel dependen yaitu permintaan Go-Jek. Selain itu, model analisis ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan sebab-akibat antara variabel yang dijelaskan atau dependen dengan variabel yang menjelaskan atau independen. Menurut Gujarati (2012), hubungan sebab-akibat dari variabel-variabel tersebut dapat dibentuk persamaan fungsional sebagai berikut:

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$$

Selanjutnya persamaan diatas akan ditransformasikan ke dalam regresi berganda, sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Untuk melihat nilai elastisitas pada variabel pendapatan (X1), harga Go-Jek (X2) dan Harga Ojek Konvensional (X3) maka ditransformasikan ke dalam bentuk logaritma natural. Sehingga persamaan model diatas menjadi seperti berikut:

$$\text{Ln}Y = \alpha + \beta_1\text{Ln}X_1 + \beta_2\text{Ln}X_2 + \beta_3\text{Ln}X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + e$$

Dimana :

- Y = Permintaan Go-jek
- X1 = Pendapatan
- X2 = Harga Go-Jek
- X3 = Harga Ojek Konvensional
- X4 = Usia
- X5 = Jenis kelamin
- $\alpha$  = Konstanta
- $\beta$  = Koefisien regresi
- e = Disturbance Error (Variabel Pengganggu)
- Ln = Logaritma natural

Setelah diperoleh persamaan regresi dan diperoleh koefisien regresinya, maka dapat dilakukan beberapa pengujian statistik yang menunjukkan hubungan variabel dependen atau terikat dengan variabel independen atau bebas yaitu dengan Uji T, Uji F, dan Uji  $R^2$

### 3.6.2 Pengujian Statistik

Uji statistik yang digunakan adalah pendekatan uji tingkat signifikan, yang bertujuan untuk mengetahui kebenaran hipotesis nol ( $H_0$ ). Untuk menentukan diterima atau tidaknya hipotesis tersebut, dapat dilakukan dengan cara melihat perbandingan observasi dengan angka tabel pada masing-masing uji dengan

derajat batasan tertentu. Dalam penelitian ini, hipotesis nol dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) yang akan diuji adalah sebagai berikut:

- 1)  $H_0$  = Variabel independen atau bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen atau terikat (Y).
- 2)  $H_1$  = Variabel independen atau bebas (X) berpengaruh terhadap variabel dependen atau terikat (Y).

Keputusan untuk menerima atau menolak  $H_0$  dibuat atas dasar nilai perkiraan yang diperoleh dari hasil penelitian. Untuk menguji benar tidaknya nilai parameter yang dinyatakan dalam  $H_0$  akan digunakan suatu kriteria uji yang dihitung berdasarkan data yang diteliti yaitu:

### 1. Uji T atau Parsial

Uji t atau parsial digunakan untuk menguji hubungan regresi secara parsial atau terpisah. Pengujian ini dilakukan untuk melihat seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen atau bebas secara individual terhadap variabel dependen atau terikat. Uji t atau parsial disini menggunakan uji dua arah. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai dari t-hitung dengan t-tabel. Tahapan dalam uji t atau parsial adalah sebagai berikut:

a. Menurut hipotesis;

- 1)  $H_0 : b_i = 0$ , berarti bahwa variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2)  $H_1 : b_i \neq 0$ , berarti bahwa variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen

b. Menentukan tingkat signifikansi;

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah  $\alpha = 0.05$ .



- c. Menentukan nilai t-hitung;

Nilai t-hitung dicari dengan rumus:

$$T_{hitung} = \frac{\beta_i}{S\beta_i}$$

Dimana:  $\beta_i$  = koefisien regresi  $\beta_i$

$S\beta_i$  = standar *error*

- d. Membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel;

Hipotesis nol ( $H_0$ ) akan diterima atau ditolak dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Bila  $t_{hitung} < t_{tabel} = H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- 2) Bila  $t_{hitung} > t_{tabel} = H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

## 2. Uji F

Uji F atau simultan bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh antara masing-masing variabel independen atau bebas secara keseluruhan terhadap variabel dependen atau terikat. Adapun tahapan yang akan dilakukan dalam uji F adalah sebagai berikut:

- a. Merumuskan hipotesis;

- 1)  $H_0 : b_i = 0$ , berarti bahwa variabel independen secara keseluruhan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2)  $H_i : b_i \neq 0$ , berarti bahwa variabel independen secara keseluruhan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

- b. Menentukan tingkat signifikansi;

Tingkat signifikansi yang diharapkan adalah  $\alpha = 0.05$ .

- c. Menentukan nilai F-hitung;

Nilai F-hitung dicari dengan rumus:

$$F = \frac{R^2 / (k - 1)}{1 - R^2 / n - k}$$

Dimana:  $R^2$  = koefisien determinasi

$k - 1$  = derajat pembilang

$n - k$  = derajat penyebut

$k$  = jumlah variabel independen

$n$  = jumlah sampel

- d. Membandingkan nilai F-hitung dengan F-tabel untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak, dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1)  $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ , berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
- 2)  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ , berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

### 3. Uji $R^2$ Koefisien Determinasi (Adjusted R-square)

Nilai koefisien determinasi  $R^2$  menunjukkan besarnya variabel-variabel independen (bebas) dalam mempengaruhi variabel dependen (tak bebas). Nilai  $R^2$  maka semakin besar variasi variabel dependen (tak bebas) yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel-variabel independen (bebas), begitu sebaliknya apabila semakin kecil nilai  $R^2$  maka semakin kecil variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen. Sifat dari koefisien determinasi adalah :

- 1)  $R^2$  merupakan besaran yang non negatif
- 2) Batasnya adalah  $(0 \leq R^2 \leq 1)$

Apabila  $R^2$  bernilai 0 berarti tidak ada hubungan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen. Semakin besar nilai  $R^2$  maka semakin tepat garis dalam menggambarkan nilai-nilai observasi.

### 3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik digunakan untuk memperoleh hasil atau nilai pemeriksa yang tidak bias dan efisien dari persamaan regresi linear berganda dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS). Dalam penggunaan OLS ada beberapa syarat dari pemenuhan asumsi yang disebut asumsi klasik Gauss-Markov. Jika asumsi ini dipenuhi, maka parameter yang diperoleh dengan OLS bersifat *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE), artinya koefisien regresi pada persamaan tersebut tidak terjadi penyimpangan. Dalam praktiknya, sangat mungkin satu atau lebih dari asumsi tersebut tidak dapat dipenuhi. Dalam menganalisis atau melakukan estimasi terhadap data harus memenuhi empat macam syarat dari asumsi klasik yaitu:

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi yaitu variabel independen atau bebas (X), variabel dependen atau terikat (Y), dan kesalahan pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Normalitas data dalam analisis regresi adalah sebuah keharusan. Jika data tidak normal, maka dikhawatirkan hasil analisis regresi linear berganda tidak memberikan kesimpulan yang valid. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki data yang terdistribusi secara normal. Jika kenormalan data diketahui, maka data dapat dilakukan analisis lebih lanjut. Jika hasil pengujian menunjukkan data terdistribusi normal, maka pengujian yang dilakukan adalah statistik parametik. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov yaitu membandingkan distribusi data yang akan diuji normalitasnya dengan distribusi normal baku. Pada uji ini, akan dilihat dari pengambilan keputusan jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka data

terdistribusi secara normal yang berarti data yang akan diuji tidak mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel independen atau bebas (X). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen atau bebasnya. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas di dalam regresi yaitu dengan cara sebagai berikut:

- a. Nilai *R-squared* ( $R^2$ ) yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel independen atau bebas banyak yang tidak signifikan yang akan mempengaruhi variabel dependen atau terikat;
- b. Menganalisis matriks korelasi pada variabel independen atau bebas yaitu umumnya diatas 0.8 maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinearitas;
- c. Melihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen atau bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen atau bebas lainnya. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi. Model regresi akan bebas dari masalah multikolinearitas apabila nilai *tolerance* lebih dari 0.1 atau nilai VIF kurang dari 10 (Gujarati, 2012).

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dan menguji apakah varian dari residual tidak konstan untuk semua nilai variabel independen atau bebas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu pengujian yang bisa dilakukan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan uji glejser. Uji glejser adalah uji hipotesis untuk mengetahui apakah sebuah model regresi memiliki indikasi heteroskedastisitas yaitu dengan cara melihat probabilitas signifikannya diatas tingkat kepercayaan 5% atau sama dengan 0.05, maka dapat disimpulkan model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain menggunakan Uji Glejser untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas, terdapat prosedur lain yaitu dengan melihat grafik *scatter plot*, jika hasil data menyebar (diatas dan dibawah nol), maka model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas (Gujarati, 2007).

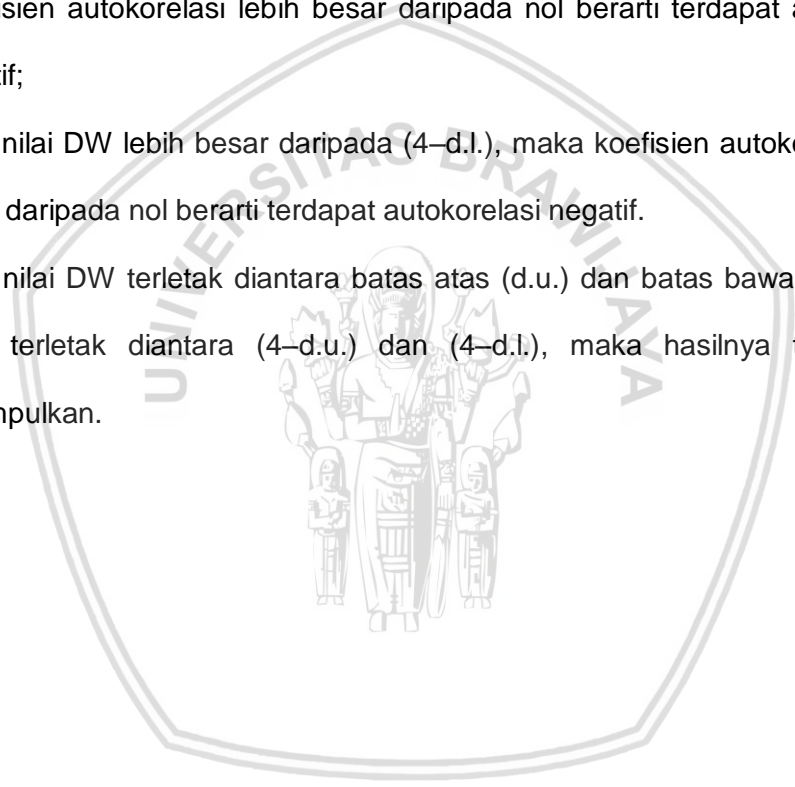
### 4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode sebelumnya ( $t-1$ ). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan dengan satu dengan yang lain. Terdapat beberapa cara yang digunakan untuk mendeteksi adanya korelasi atau tidak salah satu caranya menggunakan uji Durbin-Watson (DW-test) (Gujarati, 2012). Hipotesis dari autokorelasi yaitu:

- 1)  $H_0$  = tidak terdapat autokorelasi ( $p = 0$ )
- 2)  $H_1$  = terdapat autokorelasi ( $p \neq 0$ )

Untuk pengambilan keputusan yang melihat ada atau tidaknya autokorelasi, dapat dilihat dari:

- a. Jika nilai DW terletak diantara batas atas atau *upper bound* (d.u.) dan  $(4 - d.u.)$ , maka koefisien autokorelasi sama dengan nol berarti tidak ada autokorelasi;
- b. Jika nilai DW lebih rendah dari batas wilayah atau *lower bound*, maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol berarti terdapat autokorelasi positif;
- c. Jika nilai DW lebih besar daripada  $(4 - d.l.)$ , maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol berarti terdapat autokorelasi negatif.
- d. Jika nilai DW terletak diantara batas atas (d.u.) dan batas bawah (d.l.) atau DW terletak diantara  $(4 - d.u.)$  dan  $(4 - d.l.)$ , maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.





## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai hasil, analisis, serta pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan. Penjelasan yang disampaikan meliputi gambaran umum wilayah penelitian, karakteristik responden, hasil analisis secara statistik, dan hasil analisis secara ekonomi.

#### 4.1 Gambaran Umum Wilayah Penelitian

##### 4.1.1 Kota Malang

Sebagaimana diketahui secara umum Kota Malang merupakan salah satu kota tujuan wisata di Jawa Timur karena potensi alam dan iklim yang dimiliki. Oleh karena itu, Kota Malang saat ini menjadi kota terbesar kedua setelah Kota Surabaya di Provinsi Jawa Timur. Letaknya yang berada di tengah-tengah wilayah Kabupaten Malang secara astronomis terletak pada posisi  $112.06^{\circ}$  –  $112.07^{\circ}$  Bujur Timur,  $7.06^{\circ}$  -  $8.02^{\circ}$  Lintang Selatan dengan batas wilayah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Kec. Singosari dan Kec. Krangploso Kab. Malang
- Sebelah Timur : Kec. Pakis dan Kec. Tumpang Kab. Malang
- Sebelah Selatan : Kec. Tajinan dan Kec. Pakisaji Kab. Malang
- Sebelah Barat : Kec. Wagir dan Kec. Dau Kab. Malang

Luas keseluruhan wilayah Kota Malang sebesar  $110,06 \text{ km}^2$  yang terbagi dalam lima kecamatan yaitu Kecamatan Kedungkandang, Sukun, Klojen, Blimbing dan Lowokwaru. Dari kelima kecamatan yang ada terbagi lagi menjadi 57 kelurahan. Berdasarkan klasifikasinya dari kemampuan kelurahannya dalam membangun wilayahnya tercatat seluruh kelurahan masuk ke dalam kategori

kelurahan Swa Sembada. Artinya, hampir seluruh kelurahan yang ada telah mampu menyelenggarakan pemerintahannya dengan mandiri.

Kota Malang terletak pada ketinggian antara 440-667 meter diatas permukaan laut (mdpl). Kondisi iklim Kota Malang selama tahun 2008 tercatat rata-rata suhu udara berkisar antara 22,7°C - 25,1°C. Sedangkan suhu maksimum mencapai 32,7°C dan suhu minimum 18,4°C. Rata-rata kelembaban udara berkisar antara 79% - 86%. Dengan kelembaban maksimum 99% dan minimum 40%. Seperti daerah lain di Indonesia, Kota Malang mengikuti perubahan putaran 2 iklim yakni musim hujan dan musim kemarau.

Jumlah penduduk Kota Malang pada akhir tahun 2015 berdasarkan data penduduk yang terdaftar pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Malang sebanyak 881.794 termasuk penduduk Warga Negara Asing (WNA) pemegang ijin tinggal tetap. Sedangkan dalam pengukuran penelitian ini yang diperhitungkan adalah jumlah Warga Negara Indonesia (WNI) sebanyak 881.123 jiwa, yang tersebar di 5 Kecamatan, 57 Kelurahan, 544 RW dan 4.111 RT.

**Gambar 4. 1 Peta Wilayah dan Kota Malang**



Sumber: Kota Malang dalam angka, 2015

#### 4.1.2 Go-Jek Indonesia

Go-Jek adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Dengan motto perusahaannya yaitu Satu Aplikasi Untuk Semua Kebutuhan Anda, Go-Jek berdiri pada tahun 2010 sebagai perusahaan transportasi roda dua melalui panggilan telepon, yang kini telah tumbuh menjadi perusahaan *on-demand mobile platform* atau aplikasi teknologi yang menyediakan jasa sesuai dengan permintaan, dan aplikasi teknologi yang juga menyediakan berbagai layanan mulai dari transportasi, logistik, pembayaran, layanan antar makanan, dan berbagai layanan *on-demand* lainnya. Berikut adalah gambar dari logo atau lambang yang dipergunakan oleh perusahaan Go-Jek untuk memperkenalkan perusahaannya kepada masyarakat yang akan disajikan pada Gambar 4.2 di bawah ini.

**Gambar 4. 2 Logo Go-Jek Indonesia**



Sumber: PT. Go-Jek Indonesia, 2018

Kegiatan yang dilakukan dalam perusahaan Go-Jek berdasar pada 3 (tiga) nilai pokok, yaitu:

1. Kecepatan yang berarti melayani dengan cepat dan terus belajar dan berkembang dari pengalaman;

2. Inovasi yang berarti terus menawarkan teknologi baru untuk mempermudah hidup masyarakat;
3. Dampak sosial yang berarti memberikan dampak positif dalam kehidupan sosial yang sebesar-besarnya untuk masyarakat Indonesia.

Perusahaan Go-Jek juga memiliki misi dan tujuan yang ingin dicapai dalam menjalankan suatu usahanya yaitu memberikan dampak sosial melalui teknologi. Dalam hal ini, perusahaan Go-Jek ingin meningkatkan kesejahteraan sosial dengan menciptakan efisiensi pasar melalui teknologi dan berusaha menyebarkan dampak sosial yaitu kehidupan yang lebih baik untuk para tenaga kerja atau *driver* beserta keluarganya dengan meningkatkan jumlah penghasilan mereka. Menurut keterangan dari perusahaan Go-Jek, para tenaga kerja atau *driver* Go-Jek mengatakan bahwa pendapatan mereka meningkat semenjak bergabung sebagai mitra dengan mendapatkan akses ke lebih banyak pelanggan melalui aplikasi.

Perusahaan Go-Jek juga menawarkan manfaat besar untuk para pelanggan dan penyedia jasa, seperti adanya jasa atau layanan seperti transportasi yang dinilai sangat penting bagi kota dengan tingkat lalu lintas yang padat seperti Kota Malang. Perusahaan Go-Jek juga telah resmi beroperasi di 25 kota besar di Indonesia termasuk Kota Malang dan merencanakan pengembangan di kota lainnya pada waktu mendatang.

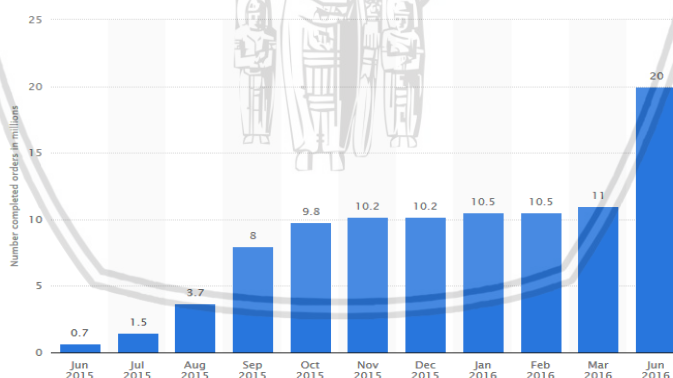
#### 4.1.3 Go-Jek sebagai *Disruptive Innovation* (Inovasi yang Mengganggu) Di Indonesia

Sama halnya di berbagai belahan dunia, Indonesia juga mengalami fenomena inovasi yang mengganggu. Akhir-akhir ini masyarakat Indonesia sering mendengar berita konflik antara pengemudi taksi konvensional dan taksi *online*. Ada juga konflik antara ojek konvensional dengan ojek *online*. Inovasi yang dibawa ojek *online* dapat dikatakan inovasi yang mengganggu. Hambatan yang kecil untuk memasuki pasar menjadikan industri transportasi sangat mudah dimasuki pemain baru, seperti ojek *online*. Dalam sub bab ini, konteks inovasi yang mengganggu akan dipahami sebagai fenomena dengan konteks yang terjadi di Indonesia.

Armada angkutan umum *online* sangat disetujui adalah sebagai inovasi yang mengganggu. Keberadaan perusahaan angkutan umum konvensional, seperti taksi konvensional makin lama akan tergantikan dengan taksi *online*. Kemudahan yang ditawarkan membuat konsumen merasa sangat nyaman. Terlebih dengan tarif yang ditetapkan begitu murah membuat banyak konsumen angkutan konvensional berpindah ke angkutan *online*. Kondisi yang ditawarkan tersebut terasa sangat melengkapi hakikat utama manusia yang selalu mencari kemudahan. Terlebih sangat cocok dengan karakter penduduk Indonesia yang sangat senang dengan tarif murah dan juga akses yang mudah. Konsumen dapat berhenti tepat ditempat tujuan, bukan di halte. Konsumen dapat menghemat pengeluaran karena tarif yang murah. Dua faktor utama, kemudahan dan kemurahan itulah yang menjadikan angkutan umum *online* sangat mudah diterima dan berkembang pesat.

Saat awal didirikan pada tahun 2010, belum begitu banyak yang mengenal Go-Jek, sebuah alternatif ojek *online* di Indonesia. Menurut tech in Asia, Go-Jek dimulai dengan dua puluh driver pada tahun 2011. Sampai akhir tahun 2016, driver Go-Jek sudah mencapai 200.000 orang. Semakin mantapnya posisi di pasar angkutan umum, membuat Go-Jek melebarkan bisnisnya ke kota lain seperti Yogyakarta, Surabaya, Manado, Medan, Semarang, Malang dan Balikpapan. Di tengah perjalanan pada tahun 2015, Go-Jek mengalami peningkatan yang signifikan. Aplikasi Go-Jek telah didownload sebanyak 1.600.000 kali. Penggunaan juga meningkat tajam, bahkan 138% setiap bulannya. Pada tahun 2016, Go-Jek mengeluarkan layanan baru Go-Car yang memberikan pelayanan transportasi mobil. Hingga pada akhirnya, pada akhir tahun 2016, nilai investasi Go-Jek tercatat sebesar US\$550 million.

**Gambar 4. 3 Perkembangan Order yang Diselesaikan Go-Jek**



Sumber: Statista, 2016



**Gambar 4. 4 Perkembangan Go-Jek pada Tahun 2015**

Sumber: TechinAsia, 2015

Konflik sangat mungkin terjadi dalam menanggapi masuknya inovasi yang mengganggu (Sourdin, 2015). Seperti kasus Go-Jek, pada awal didirikan tidak ada perusahaan angkutan umum yang merasa tersaingi. Namun dengan semakin berkembangnya Go-Jek dan pangsa pasar yang makin lebar, mulailah banyak pihak *incumbent* yang merasa terganggu. Pada maret 2016 misalnya para pengemudi sebuah perusahaan taksi konvensional mulai merasa terancam dengan keberadaan Go-Jek. Mereka kemudian memprotes keras keberadaan Go-Jek dan meminta agar Go-Jek dilarang beroperasi. Konflik seperti itu memang tidak dapat dihindarkan ketika masyarakat yang bergantung pada sistem konvensional mulai dihadapkan pada teknologi baru yang dirasa mengganggu. Protes terhadap keberadaan angkutan *online* sebenarnya adalah bentuk ketidaksiapan menerima teknologi baru sehingga menganggap teknologi tersebut merupakan hal yang salah.



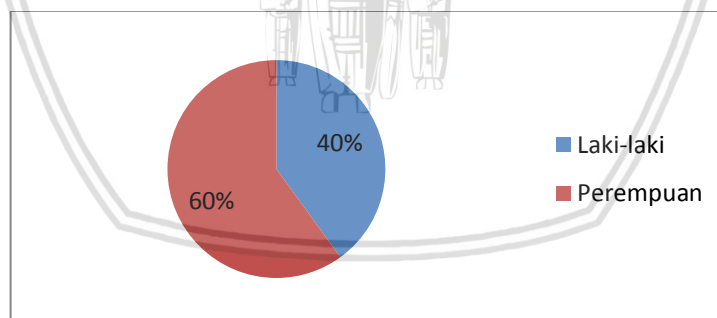
## 4.2 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini terdiri dari 60 sampel yang diambil secara acak dari beberapa titik lokasi di Kota Malang. Data primer diambil dengan memberikan angket kuesioner kepada responden atau dilakukan wawancara secara langsung dengan menggunakan pertanyaan tertutup. Selanjutnya dilakukan pengklasifikasian data primer ke dalam beberapa tabel distribusi berdasarkan jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, status pekerjaan, status pernikahan, tujuan keberangkatan dan jarak tempuh. Gambaran dari subyek yang diteliti dapat dijelaskan dalam uraian berikut.

### 4.2.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengklasifikasian data primer yang telah didapatkan dari responden ke dalam jenis kelamin laki-laki atau perempuan dimana akan disajikan pada gambar 4.5 sebagai berikut:

**Gambar 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**



Sumber: Data primer diolah, 2018

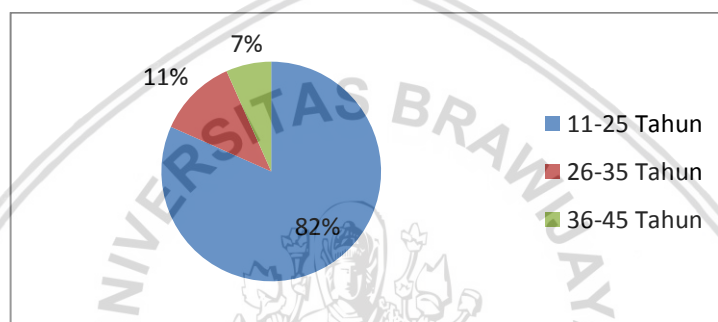
Berdasarkan gambar 4.5 diatas, responden dengan jenis kelamin perempuan memiliki frekuensi lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki dimana jumlah responden perempuan sebanyak 36 orang atau 60% sedangkan laki-laki berjumlah 24 orang atau 40%. Perempuan mendominasi dalam penggunaan Go-Jek di Kota Malang dikarenakan oleh beberapa faktor

seperti tidak memiliki kendaraan bermotor ataupun tidak bisa mengendarainya, lebih mudah dan efisien dalam berpergian ke suatu tempat.

#### 4.2.2 Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Usia

Pengklasifikasian data primer yang telah didapatkan dari responden ke dalam beberapa kelompok usia sebagaimana disajikan pada gambar 4.6 sebagai berikut:

**Gambar 4. 6 Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Usia**



Sumber: Data primer diolah, 2018

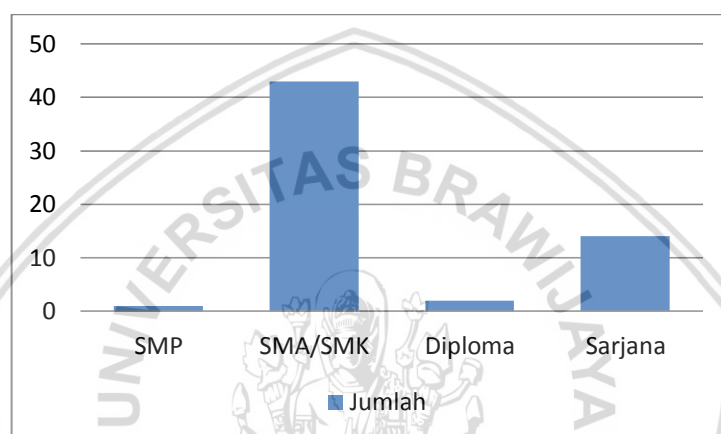
Berdasarkan pada gambar 4.6 diatas, rentang usia 11 sampai 25 tahun memiliki persentase terbesar dari keseluruhan kelompok usia dengan persentase sebesar 82% atau sebanyak 49 responden. Kemudian disusul oleh kelompok usia 26 sampai 35 tahun dengan jumlah responden sebanyak 7 orang atau 11%. Sebanyak 4 responden berada di kelompok usia 36 sampai 45 tahun dengan persentase sebesar 7%.

Pada gambar 4.6 diatas, menjelaskan bahwa pengguna Go-Jek di Kota Malang terbanyak pada rentang usia 11 sampai 25 tahun, hal ini dikarenakan responden yang berusia 11 sampai 25 tahun sebagian besar berprofesi sebagai mahasiswa yang jika kita lihat alasan mereka menggunakan jasa Go-Jek adalah karena faktor kemudahan atau praktis dan harga yang lebih murah. Selain itu, mahasiswa cenderung tidak memiliki kendaraan pribadi untuk menuju sekolah atau tempat mereka kuliah.

#### 4.2.3 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Pengkalsifikasian data primer yang didapatkan dari responden kedalam kategori tingkat pendidikan terakhir yang ditempuh oleh responden sebagaimana disajikan pada gambar 4.7 sebagai berikut:

**Gambar 4. 7 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir**

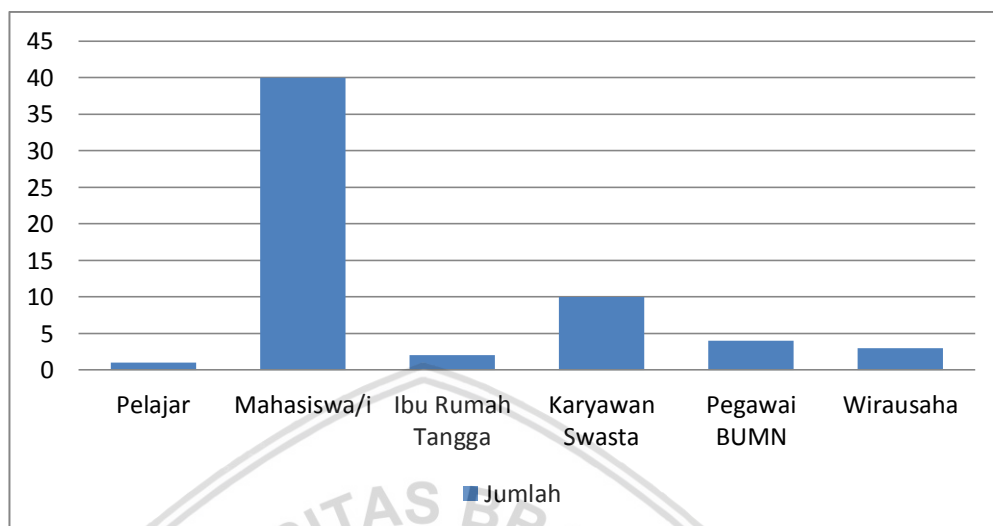


Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan pada gambar 4.7 diatas, terlihat bahwa terdapat sebanyak 1 responden yang menamatkan pendidikan sampai sekolah menengah pertama. Kemudian responden yang menamatkan sampai sekolah menengah atas atau sekolah menengah kejuruan sebanyak 43 responden. Pendidikan sampai diploma memiliki komposisi sebanyak 2 orang. Sisanya adalah responden yang menempuh pendidikan sampai tingkat sarjana sebanyak 14 orang.

#### 4.2.4 Distribusi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Pengklasifikasian data primer yang telah didapatkan dari responden kedalam berbagai kategori pekerjaan yang dilakoni oleh responden sebagaimana disajikan oleh gambar 4.8 sebagai berikut:

**Gambar 4. 8 Distribusi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan**

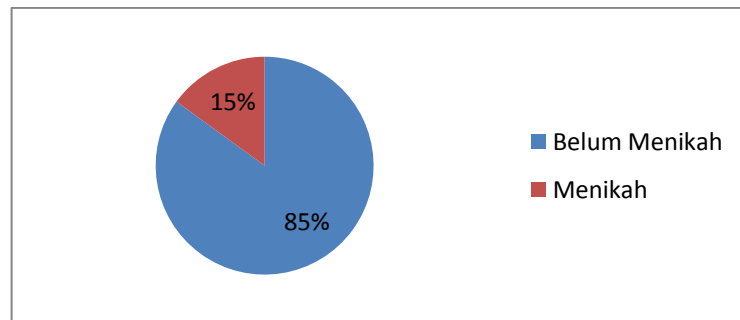
Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan pada gambar 4.8 diatas, status pekerjaan dengan frekuensi terbanyak ada pada jenis pekerjaan sebagai mahasiswa atau mahasiswi sebanyak 40 responden. Kemudian disusul oleh karyawan swasta sebanyak 10 responden. Pegawai BUMN menempati urutan selanjutnya dengan jumlah responden sebanyak 4 orang. Sebanyak 3 responden memiliki status pekerjaan sebagai wirausaha. Selanjutnya, ibu rumah tangga dengan frekuensi sebanyak 2 responden dan yang menempati urutan terakhir adalah pelajar dengan frekuensi sebanyak 1 orang.

#### **4.2.5 Distribusi Responden Berdasarkan Status Pernikahan**

Pengklasifikasian data primer yang telah didapatkan dari responden ke dalam kategori status pernikahan sebagaimana disajikan pada gambar 4.9 sebagai berikut:

**Gambar 4. 9 Distribusi Responden Berdasarkan Status Pernikahan**



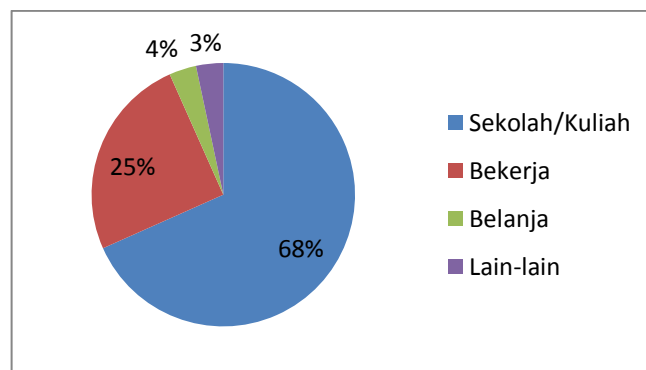
Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan pada gambar 4.9 diatas, jumlah responden yang berstatus menikah sebanyak 9 responden dengan persentase sebesar 15%. Responden dengan status pernikahan belum menikah sebanyak 51 orang atau sebesar 85%. Dari keseluruhan jumlah responden, maka responden terbanyak pada jumlah yang belum menikah disebabkan rata-rata adalah mahasiswa atau mahasisiwi dan usia yang belum menikah.

#### 4.2.6 Distribusi Responden Berdasarkan Tujuan Keberangkatan

Pengklasifikasian data primer yang telah didapatkan dari responden ke dalam kategori tujuan keberangkatan yang dilakukan responden ketika menggunakan jasa Go-Jek sebagaimana disajikan pada gambar 4.10 sebagai berikut:

**Gambar 4. 10 Distribusi Responden Berdasarkan Tujuan Keberangkatan**



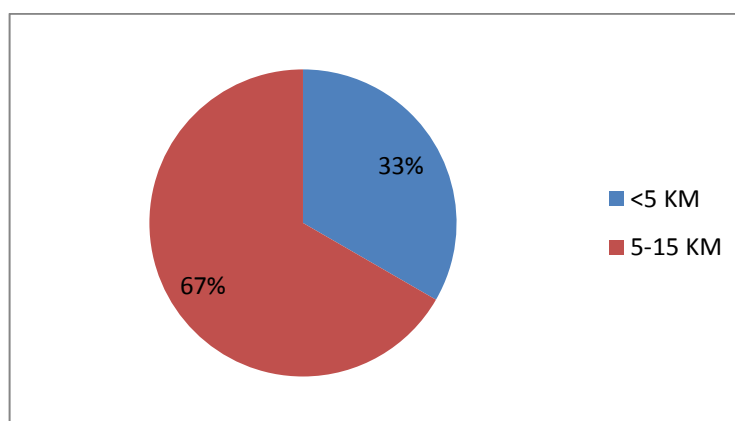
Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan pada gambar 4.10 diatas, tujuan keberangkatan yang paling sering dilakukan oleh responden ketika menggunakan jasa Go-Jek adalah sekolah atau kuliah dengan persentase sebesar 68%. Kemudian bekerja sebagai tujuan keberangkatan paling sering selanjutnya yang dilakukan oleh responden dengan persentase sebesar 25%. Belanja menempati urutan selanjutnya dalam kategori tujuan keberangkatan yang paling sering dilakukan oleh responden dengan persentase sebesar 4%. Urutan terakhir dalam kategori tujuan keberangkatan adalah lain-lain dimana responden yang memilih ini biasanya menggunakan jasa Go-Jek untuk pergi ke stasiun, terminal, dan mall dengan persentase sebesar 3%.

#### **4.2.7 Distribusi Responden Berdasarkan Rata-rata Jarak Tempuh Perjalanan**

Pengklasifikasian data primer yang didapatkan dari responden kedalam kategori seberapa jauh jarak yang ditempuh oleh responden ketika menggunakan layanan jasa Go-Jek dalam waktu satu hari sebagaimana disajikan pada gambar 4.11 sebagai berikut:

**Gambar 4. 11 Distribusi Responden Berdasarkan Rata-rata Jarak Tempuh Perjalanan**



Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan jarak tempuh perjalanan, responden yang menggunakan layanan jasa Go-Jek didominasi oleh rata-rata jarak tempuh perjalanan dengan rentang 5 sampai 15 KM sebanyak 40 orang atau sebesar 67%. Sisanya, 20 orang atau sebesar 33% memiliki rata-rata jarak tempuh kurang dari 5 KM. Dari hasil penelitian ini, diketahui bahwa pengguna layanan jasa Go-Jek di Kota Malang memiliki rata-rata jarak tempuh cukup jauh.

#### 4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Pada penelitian ini digunakan juga analisis deskriptif yang berguna untuk memperkuat hasil dari penelitian. Penggunaan analisis deskriptif berhubungan dengan pengumpulan data yang pada akhirnya dapat memberikan informasi. Analisis deskriptif dapat mempermudah penjabaran informasi yang penting dari data ke bentuk yang lebih ringkas tetapi tetap membutuhkan penjelasan. Berikut ini dijelaskan gambaran umum masing-masing variabel secara deskriptif.

##### 4.3.1 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Permintaan Layanan Jasa Go-Jek

Dalam penelitian ini variabel permintaan adalah frekuensi jumlah permintaan Go-Jek yang dilakukan responden dalam waktu satu bulan. Analisis deskriptif distribusi responden berdasarkan frekuensi permintaan layanan jasa Go-Jek di Kota Malang dalam waktu satu bulan terakhir dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut:

**Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Permintaan Jasa Go-Jek di Kota Malang**

Frekuensi Order per Bulan (TRIP)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
<10 Kali	19	32
10-20 Kali	37	61
>20 Kali	4	7



Frekuensi Order per Bulan (TRIP)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jumlah	60	100

Sumber: Data primer diolah, 2018

Pada tabel 4.1 dapat dilihat bahwa frekuensi jumlah permintaan layanan jasa Go-Jek yang di pesan dalam kurun waktu satu bulan dengan mayoritas responden sebanyak 37 orang atau 61% menggunakan layanan jasa Go-Jek sebanyak 10 sampai 20 kali. Selanjutnya, sebanyak 19 responden atau 32% memesan layanan jasa Go-Jek kurang dari 10 kali dalam waktu satu bulan. Sedangkan frekuensi permintaan layanan jasa Go-Jek lebih dari 20 kali memiliki jumlah responden yang paling sedikit yaitu sebanyak 4 orang atau 7%.

#### 4.3.2 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Pendapatan Pengguna Layanan Jasa Go-Jek

Dalam penelitian ini variabel pendapatan adalah penghasilan yang diterima oleh responden dalam waktu satu bulan. Analisis deskriptif distribusi responden berdasarkan variabel pendapatan pengguna layanan jasa Go-Jek di Kota Malang dalam waktu satu bulan dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut:

**Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Pendapatan Pengguna Layanan Jasa Go-Jek di Kota Malang**

Tingkat Pendapatan (Rupiah)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
<1.500.000	7	12
1.500.000-3.000.000	41	68
>3.000.000	12	20
Jumlah	60	100

Sumber: Data primer diolah, 2018

Pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa terdapat sebanyak 7 responden atau sebesar 12 % yang berpenghasilan kurang dari Rp 1.500.000 per bulan. Responden dengan pendapatan Rp 1.500.000 sampai Rp 3.000.000 per bulan

memiliki frekuensi sebanyak 41 orang atau sebesar 68% dari keseluruhan. Kemudian responden dengan pendapatan diatas Rp 3.000.000 per bulan memiliki frekuensi sebanyak 12 orang atau sebesar 20% dari total keseluruhan. Dengan hasil penelitian pada tabel 4.2 diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pengguna layanan jasa Go-Jek di Kota Malang memiliki pendapatan sebesar Rp 1.500.000 sampai Rp. 3.000.000 per bulan.

#### 4.3.3 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Harga Layanan Jasa Go-Jek

Dalam penelitian ini variabel harga Go-Jek adalah harga atau tarif yang dikeluarkan oleh responden ketika menggunakan layanan jasa Go-Jek dalam waktu satu bulan. Analisis deskriptif distribusi responden berdasarkan variabel harga yang dibayarkan oleh pengguna layanan jasa Go-Jek di Kota Malang dalam waktu satu bulan dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut:

**Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Harga Layanan Jasa Go-Jek di Kota Malang**

Harga Go-Jek (Rupiah)	Jumlah (Orang)	Presesntase (%)
<100.000	25	41
100.000-200.000	31	52
>200.000	4	7
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer diolah, 2018

Pada tabel 4.3 dapat dilihat bahwa dari 60 responden terdapat 25 orang atau sebesar 41% yang membayar tarif layanan jasa Go-Jek kurang dari Rp.100.000 dalam waktu satu bulan. Selanjutnya tarif dengan rentang Rp 100.000 sampai Rp 200.000 dalam waktu satu bulan memiliki frekuensi sebanyak 31 responden atau sebesar 52% dari total keseluruhan. Kemudian responden yang membayar lebih dari Rp 200.000 dalam waktu satu bulan

sebanyak 4 responden atau sebesar 7% dari total keseluruhan. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam waktu satu bulan mayoritas responden harus membayarkan tarif atau harga sebesar Rp 100.000 sampai Rp 200.000 untuk menggunakan layanan jasa Go-Jek di Kota Malang.

#### 4.3.4 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Harga Ojek Konvensional

Dalam penelitian ini variabel harga ojek konvensional adalah harga atau tarif yang dikeluarkan oleh responden ketika menggunakan jasa ojek konvensional dalam waktu satu bulan. Analisis deskriptif distribusi responden berdasarkan variabel harga jasa ojek konvensional yang biasanya di bayarkan oleh responden dalam kurun waktu satu bulan di Kota Malang dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

**Tabel 4. 4 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Harga Ojek Konvensional di Kota Malang**

Harga Ojek Konvensional (Rupiah)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
<20.000	10	17
20.000-40.000	39	65
>40.000	11	18
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer diolah, 2018

Pada tabel 4.4 dapat dilihat bahwa responden yang membayar tarif atau harga jasa ojek konvensional yang kurang dari Rp 20.000 dalam waktu satu bulan sebanyak 10 orang atau sebesar 17% dari total keseluruhan. Selanjutnya, sebanyak 39 orang atau sebesar 65% responden membayar tarif atau harga ojek konvensional dengan rentang Rp 20.000 sampai Rp 40.000 dalam waktu satu bulan. Kemudian sebanyak 11 orang atau sebesar 18% responden membayar tarif atau harga lebih dari Rp 40.000 dalam waktu satu bulan ketika

menggunakan jasa ojek konvensional di Kota Malang. Dari hasil penelitian, responden yang membayar tarif atau harga ojek konvensional mayoritas hanya menggunakan 1 sampai 3 kali dalam waktu satu bulan dengan kisaran harga sebesar Rp 20.000 sampai Rp 40.000.

#### 4.3.5 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Usia Pengguna Layanan Jasa Go-Jek

Dalam penelitian ini variabel usia adalah lama waktu hidup atau ada (sejak dilahirkan atau didakan). Analisis deskriptif distribusi responden berdasarkan variabel usia dari pengguna layanan jasa Go-Jek di Kota Malang dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

**Tabel 4. 5 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Usia Pengguna Layanan Jasa Go-Jek di Kota Malang**

Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
11-30 Tahun	52	87
31-50 Tahun	8	13
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer diolah, 2018

Pada tabel 4.5 dapat dilihat bahwa mayoritas responden pengguna layanan jasa Go-Jek di Kota Malang berada di rentang usia 11 sampai 30 tahun dengan jumlah sebanyak 52 orang atau 87% dari total keseluruhan. Kemudian responden dengan rentang usia 31 sampai 50 tahun sebanyak 8 orang atau sebesar 13% dari total keseluruhan. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen atau pengguna layanan jasa Go-Jek di Kota Malang berada pada responden yang tergolong berusia muda dengan rentang usia 11 sampai 30 tahun.

#### 4.3.6 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Jenis Kelamin Pengguna Layanan Jasa Go-Jek

Dalam penelitian ini variabel jenis kelamin adalah variabel demografi yang digunakan untuk membedakan identitas seseorang yang dapat mempengaruhi sudut pandang seseorang. Analisis deskriptif distribusi responden berdasarkan variabel jenis kelamin dari pengguna layanan jasa Go-Jek di Kota Malang dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut:

**Tabel 4. 6 Distribusi Responden Berdasarkan Variabel Jenis Kelamin Pengguna Layanan Jasa Go-Jek di Kota Malang**

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	24	40
Perempuan	36	60
<b>Jumlah</b>	<b>60</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer diolah, 2018

Pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa responden pengguna layanan jasa Go-Jek di Kota Malang dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 24 orang atau 40% dari total keseluruhan. Sedangkan responden pengguna layanan jasa Go-Jek yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 36 orang atau sebesar 60% dari total keseluruhan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pengguna layanan jasa Go-Jek di Kota Malang berjenis kelamin perempuan. Hal tersebut dikarenakan responden dengan jenis kelamin perempuan biasanya tidak bisa mengemudikan kendaraan pribadi dan lebih cenderung untuk menggunakan jasa transportasi yang murah, aman dan efisien seperti Go-Jek.

#### 4.4 Hasil Analisis Data

##### 4.4.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen atau bebas terhadap variabel dependen atau terikat. Variabel independen atau bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendapatan (X1), harga Go-Jek (X2), harga konvensional (X3), usia (X4) dan jenis kelamin (X5). Sedangkan variabel dependen atau terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah permintaan Go-Jek di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan program SPSS untuk mendapatkan hasil regresi linear berganda dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4. 7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-91.684	10.345		-8.863	.000
Pendapatan	2.241	1.108	.189	2.022	.048
Harga Go-Jek	2.951	.902	.380	3.273	.002
Harga Ojek Konv	3.730	1.566	.307	2.382	.021
Usia	.843	.885	.052	.953	.345
Jenis Kelamin	-1.549	.752	-.137	-2.061	.044

Sumber: Data primer diolah, 2018

Berdasarkan hasil estimasi diatas maka memperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

$$\text{LnY} = \alpha + \beta_1 \text{LnX}_1 + \beta_2 \text{LnX}_2 + \beta_3 \text{LnX}_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

$$\text{LnY} = -91,684 + 2,241 \text{ LnX}_1 + 2,951 \text{ LnX}_2 + 3,730 \text{ LnX}_3 + 0,843 X_4 - 1,549 X_5 +$$

e



Y adalah variabel terikat yang nilainya akan diprediksi oleh variabel bebas. Pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah permintaan Go-Jek yang nilainya akan diprediksi oleh variabel pendapatan (X1), harga Go-Jek (X2), harga ojek konvensional (X3), usia (X4) dan jenis kelamin (X5).

1)  $\alpha/\beta_0 = -91,684$

Nilai konstanta dari hasil analisis regresi linear berganda pada tabel 4.7 diatas sebesar -91,684. Artinya bahwa jika semua variabel bebas (X) bernilai nol (*ceteris paribus*), maka permintaan layanan jasa Go-Jek di Kota Malang sebesar -91,684.

2)  $\beta_1 = 2,241$

Koefisien regresi variabel pendapatan (X1) sebesar 2,241 memiliki tanda positif yang menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh terhadap permintaan Go-Jek (Y). Hal ini menunjukkan jika variabel pendapatan (X1) meningkat satu satuan, maka permintaan Go-Jek akan meningkat sebesar 2,241 dengan asumsi variabel bebas lain tetap (*Ceteris Paribus*).

3)  $\beta_2 = 2,951$

Koefisien regresi variabel harga Go-Jek (X2) sebesar 2,951 memiliki tanda positif yang menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh terhadap permintaan Go-Jek (Y). Hal ini menunjukkan jika variabel harga Go-Jek (X2) meningkat satu satuan, maka permintaan Go-Jek akan meningkat sebesar 2,951 dengan asumsi variabel bebas lain tetap (*Ceteris Paribus*).

4)  $\beta_3 = 3,730$

Koefisien regresi variabel harga ojek konvensional (X3) sebesar 3,730 memiliki tanda positif yang menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh terhadap permintaan Go-Jek (Y). Hal ini menunjukkan jika variabel harga ojek



konvensional (X3) meningkat satu satuan, maka permintaan Go-Jek akan meningkat sebesar 3,730 dengan asumsi variabel bebas lain tetap (*Ceteris Paribus*).

5)  $\beta_4 = 0,843$

Koefisien regresi variabel usia (X4) sebesar 0,843 memiliki tanda positif yang menunjukkan bahwa variabel usia cenderung mengarah ke responden dengan usia 31 sampai 50 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang berusia 31 sampai 50 tahun lebih sering memesan atau melakukan permintaan Go-Jek dibandingkan dengan responden yang berusia 11 sampai 30 tahun.

6)  $\beta_5 = -1,549$

Koefisien regresi variabel jenis kelamin (X5) sebesar -1,549 memiliki tanda negatif yang menunjukkan bahwa variabel jenis kelamin cenderung mengarah ke responden dengan jenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan lebih sering memesan atau melakukan permintaan Go-Jek dibandingkan dengan responden yang berjenis kelamin laki-laki.

#### 4.4.2 Pengujian Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda terdapat beberapa pengujian yang harus dilakukan agar regresi yang dilakukan tidak bias. Salah satu syarat untuk dapat membuktikan ada atau tidaknya bias dalam persamaan regresi linear berganda adalah terpenuhinya uji asumsi klasik. Untuk mendapatkan nilai yang tidak bias dan efisien dari satu persamaan regresi linear berganda dengan metode kuadrat kecil, maka diperlukan pengujian untuk mengetahui model regresi yang dihasilkan dapat memenuhi persyaratan uji

asumsi klasik. Dalam penelitian ini, penjabaran ke empat pengujian tersebut akan dijelaskan sebagai berikut.

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Prosedur uji Kolmogorov-Smirnov memiliki ketentuan sebagai berikut:

Hipotesis:

- 1)  $H_0$  = residual tersebar normal
- 2)  $H_1$  = residual tidak tersebar normal

Jika nilai signifikansi (*p-value*)  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima yang artinya uji normalitas terpenuhi. Berikut adalah hasil pengolahan data uji normalitas berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov yang akan disajikan dalam tabel 4.8 sebagai berikut:

**Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.90790303
	Absolute	.071
Most Extreme Differences	Positive	.071
	Negative	-.054
Kolmogorov-Smirnov Z		.552
Asymp. Sig. (2-tailed)		.920

Sumber: Data primer diolah, 2018

Dari hasil uji normalitas dengan menggunakan program SPSS seperti yang terlihat pada tabel 4.8 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig. (2-tailed)) sebesar 0,920 atau lebih besar dari 0,05. Dengan hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai residual tersebut telah tersebar normal dan ketentuan hipotesis  $H_0$  diterima yang berarti asumsi klasik dari uji normalitas terpenuhi.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini digunakan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan yang sangat kuat atau tidak terjadi hubungan linear yang sempurna atau dapat pula dikatakan bahwa antar variabel bebas tidak saling berkaitan. Kriteria pengujiannya adalah dengan membandingkan nilai Tolerance yang didapat dari perhitungan regresi berganda jika nilai tolerance  $> 0,1$ , maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.9 sebagai berikut:

**Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pendapatan	.246	4.068
	Harga Go-Jek	.159	6.279
	Harga Ojek Konv	.129	7.747
	Usia	.733	1.365
	Jenis Kelamin	.488	2.047

Sumber: Data primer diolah, 2018

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.9 dapat dilihat bahwa hasil pengujian multikolinearitas dari masing-masing variabel bebas (X) adalah:

1. Nilai tolerance untuk variabel pendapatan (X1) sebesar 0,246.
2. Nilai tolerance untuk variabel harga Go-Jek (X2) sebesar 0,159.

3. Nilai tolerance untuk variabel harga ojek konvensional (X3) sebesar 0,129.
4. Nilai tolerance untuk variabel usia (X4) sebesar 0,733.
5. Nilai tolerance untuk variabel jenis kelamin (X5) sebesar 0,488.

Pada hasil pengujian multikolinearitas diatas, maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan nilai tolerance dari masing-masing variabel bebas (X) adalah lebih besar atau  $>0,1$ . Hal tersebut membuktikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

Pengujian multikolinearitas dapat juga dilakukan dengan cara membandingkan nilai VIF (*Varince Inflation Factor*) dengan angka 10. Jika nilai VIF  $<10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas. Berikut adalah nilai VIF dari masing-masing variabel bebas (X) sesuai dengan tabel 4.8 diatas:

1. Nilai VIF untuk variabel pendapatan (X1) sebesar 4,068.
2. Nilai VIF untuk variabel harga Go-Jek (X2) sebesar 6,279.
3. Nilai VIF untuk variabel harga ojek konvensional (X3) sebesar 7,747.
4. Nilai VIF untuk variabel usia (X4) sebesar 1,365.
5. Nilai VIF untuk variabel jenis kelamin (X5) sebesar 2,047

Dari hasil pengujian diatas, maka didapatkan bahwa keseluruhan nilai VIF dari masing-masing variabel bebas (X) adalah lebih kecil dari 10 atau  $<10$ . Hal tersebut membuktikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas (X) dan uji asumsi klasik dari tidak terdapat nya multikolinearitas antar variabel bebas (X) dapat terpenuhi.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan nilai simpangan residual akibat besar kecilnya nilai salah satu variabel bebas, atau adanya perbedaan nilai ragam dengan semakin meningkatnya nilai variabel bebas. Prosedur uji heteroskedastisitas dilakukan dengan Uji Glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel terikat dengan absolut residualnya. Jika nilai signifikansi lebih dari atau  $> 0.05$ , maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil pengolahan data dari uji heteroskedastisitas yang akan disajikan dalam tabel 4.10 berikut ini:

**Tabel 4. 10 Hasil Uji Glejser**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7.901	5.839		1.353	.182
1 Pendapatan	-.347	.625	-.139	-.555	.581
Harga Go-Jek	-.953	.509	-.584	-1.873	.067
Harga Ojek Konv	.942	.884	.370	1.066	.291
Usia	.878	.499	.256	1.758	.084
Jenis Kelamin	-.808	.424	-.339	-1.903	.062

Sumber: Data primer diolah, 2018

Dari hasil perhitungan dan pengolahan data pada tabel 4.10 diatas, berikut hasil pengujian heteroskedastisitas dari masing-masing variabel bebas:

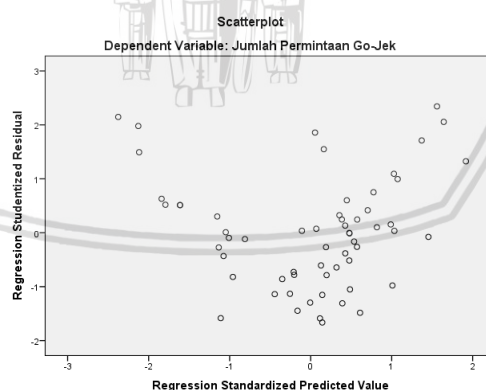
1. Nilai Signifikansi (Sig.) untuk variabel pendapatan (X1) adalah 0,581;
2. Nilai Signifikansi (Sig.) untuk variabel harga Go-Jek (X2) adalah 0,067;
3. Nilai Signifikansi (Sig.) untuk variabel harga ojek konvensional (X3) adalah 0,291;
4. Nilai Signifikansi (Sig.) untuk variabel usia (X4) adalah 0,084;

5. Nilai Signifikansi (Sig.) untuk variabel jenis kelamin (X5) adalah 0,062.

Dari hasil pengujian tersebut, didapatkan bahwa nilai signifikansi (*p-value*) seluruh variabel bebas adalah lebih besar atau  $> \alpha$  ( $\alpha = 0.05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam hasil uji tersebut tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Selain itu cara menguji homoskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas (asumsi homoskedastisitas tidak terpenuhi). Sedangkan, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan bawah ) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (asumsi homoskedastisitas terpenuhi).

**Gambar 4. 12 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas**



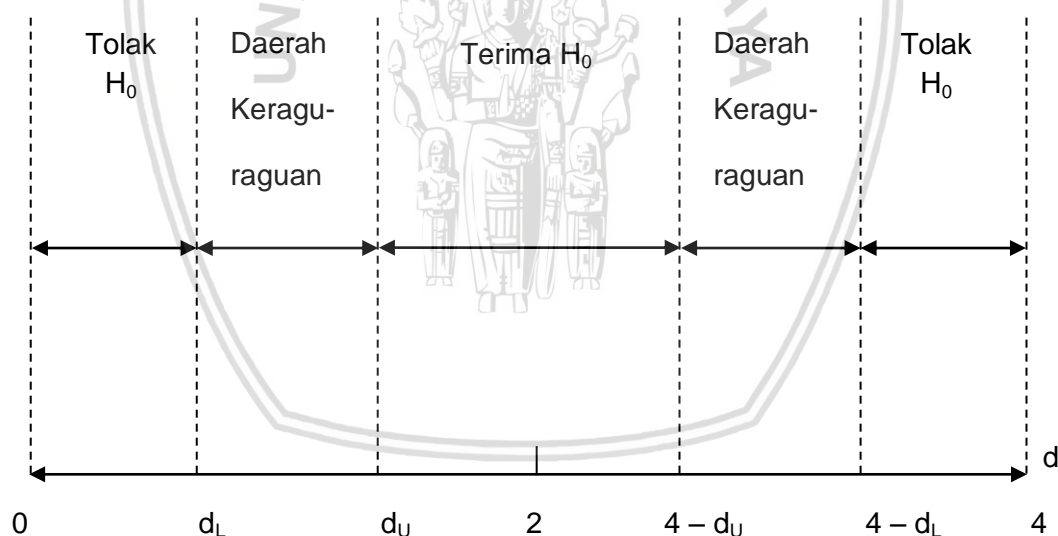
Sumber: Data primer diolah, 2018

Pada gambar 4.12 dapat dilihat bahwa hasil *scatterplot* terlihat titik-titik tersebar secara acak (tidak berpola) baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas atau asumsi homoskedastisitas terpenuhi.

#### 4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak nya korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Pengujian autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW-test). Dalam penelitian ini, prosedur untuk melakukan uji Durbin-Watson menggunakan hipotesis dan pengambilan keputusan autokorelasi yang sebelumnya sudah dijelaskan pada BAB III. Untuk memperjelas hasil pengambilan keputusannya, berikut akan dijelaskan gambar kriteria pengambilan keputusan dalam uji autokorelasi yang akan disajikan pada gambar 4.13.

**Gambar 4. 13 Kriteria Pengambilan Keputusan dalam Uji Autokorelasi**



Sumber: Data primer diolah, 2018

Keterangan:

$d_U$  = Durbin-Watson Upper (Batas atas dari tabel Durbin-Watson)

$d_L$  = Durbin-Watson Lower (Batas bawah dari tabel Durbin Watson)



Berdasarkan perhitungan dari tabel Durbin-Watson untuk  $n=60$  (jumlah sampel) dan  $k+1 = 6$  (banyaknya variabel bebas dan intersep) diketahui nilai  $d$  sebesar 1,767 dan  $4-d$  sebesar 2,233. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel 4.11.

**Tabel 4. 11 Hasil Uji Autokorelasi**

Model	Durbin-Watson
1	2.029 <sup>a</sup>

Sumber: Data primer diolah, 2018

Pada tabel 4.11 dapat dilihat bahwa nilai perolehan uji Durbin-Watson adalah sebesar 2,029, dimana nilai tersebut terletak diantara nilai 1,767 dan 2,233 atau  $1,767 < 2,029 < 2,233$ . Hal tersebut membuktikan bahwa hipotesis  $H_0$  diterima atau tidak terdapat autokorelasi.

Dengan terpenuhinya seluruh uji asumsi klasik pada model regresi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linear yang digunakan dalam penelitian ini sudah layak atau tepat digunakan sehingga dapat diambil intepretasi dari hasil regresi linear berganda yang telah dilakukan.

#### **4.4.3 Pengujian Statistik**

Pengujian statistik merupakan pengujian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen atau variabel bebas (pendapatan, harga Go-Jek, harga ojek konvensional, usia dan jenis kelamin) terhadap variabel dependen atau variabel terikat (permintaan Go-Jek) baik secara parsial maupun simultan atau bersama-sama.

##### **1. Uji F-statistik (Simultan)**

Uji F atau simultan digunakan untuk mengetahui apakah hasil dari analisis regresi linear berganda berpengaruh signifikan atau tidak. Dengan kata lain model yang digunakan sudah sesuai atau tidak dapat dilihat dari

hasil uji F ini. Jika hasilnya signifikan, maka hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sedangkan, jika hasilnya tidak signifikan, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Berikut akan dijelaskan secara rinci mengenai hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.  $H_0$  ditolak jika nilai F-hitung > F-tabel;
2.  $H_1$  diterima jika nilai F-hitung < F-tabel.

Dibawah ini akan disajikan hasil dari perhitungan dan pengolahan data dengan menggunakan program SPSS yang digunakan dalam uji F pada tabel 4.12 sebagai berikut:

**Tabel 4. 12 Hasil Uji F atau Simultan**

Hipotesis	Nilai	Keputusan
$H_0 : \beta_1 = 0$ (variabel X1,X2,X3,X4 dan X5 tidak berpengaruh secara simultan terhadap Y) $H_1 : \beta_1 \neq 0$ (variabel X1,X2,X3,X4 dan X5 berpengaruh secara simultan terhadap Y) $\alpha = 0,05$	$F = 82,181$ $Sig = 0,000$ $F_{tabel} = 2,390$	Tolak $H_0$

Sumber: Data primer diolah, 2018

Pada tabel 4.12 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan dan pengolahan data secara simultan memperoleh F-hitung sebesar 82,181 sedangkan F-tabel ( $\alpha = 0,05$ ; df regresi = 5; df residual = 54) adalah sebesar 2,390. karena nilai F-hitung > F-tabel yaitu  $82,181 > 2,390$  atau nilai signifikan (Sig.) t yaitu  $0,000 < \text{nilai } \alpha = 0,05$ , maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal tersebut berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa

variabel terikat (Y) yaitu permintaan Go-Jek dapat dipengaruhi secara simultan oleh variabel bebas (X) yaitu pendapatan (X1), harga Go-Jek (X2), harga ojek konvensional (X3), usia (X4) dan jenis kelamin (X5).

## 2. Uji T-statistik (Parsial)

Uji T atau parsial digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing dari variabel bebas (X) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y). jika nilai  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ , maka hasilnya adalah signifikan atau berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sedangkan jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ , maka hasilnya adalah tidak signifikan atau berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Pada tabel 4.13 berikut akan dijelaskan hasil perhitungan dan pengolahan data dari hasil uji T:

**Tabel 4. 13 Hasil Uji T atau Parsial**

Variabel Bebas (X)	t-hitung	Sig.	Keterangan
(Constant)	-8,863	0,000	
X1	2,022	0,048	Signifikan
X2	3,273	0,002	Signifikan
X3	2,382	0,021	Signifikan
X4	0,953	0,345	Tidak Signifikan
X5	-2,061	0,044	Signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2018

Pada tabel 4.13 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan dan pengolahan data dari uji T memperoleh hasil sebagai berikut:

1. Hasil uji t antara variabel X1 yaitu pendapatan dengan variabel Y yaitu permintaan Go-Jek menunjukkan nilai t-hitung sebesar 2,022. Sedangkan nilai t-tabel ( $\alpha = 0,05$ ; df residual = 54) adalah sebesar 2,004. karena nilai  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  yaitu  $2,022 > 2,004$  atau nilai signifikan (Sig.) t sebesar  $0,048 < \alpha = 0,05$ , maka pengaruh variabel X1 yaitu pendapatan terhadap variabel Y yaitu permintaan Go-Jek adalah signifikan. Hal ini berarti  $H_0$

ditolak dan  $H_1$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa permintaan Go-Jek dipengaruhi secara signifikan oleh pendapatan atau dengan meningkatkan pendapatan, maka permintaan Go-Jek akan mengalami peningkatan secara nyata.

2. Hasil uji t antara variabel  $X_2$  yaitu harga Go-Jek dengan variabel  $Y$  yaitu permintaan Go-Jek menunjukkan nilai t-hitung sebesar 3,273. Sedangkan nilai t-tabel ( $\alpha = 0,05$ ; df residual = 54) adalah sebesar 2,004. karena nilai  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  yaitu  $3,273 > 2,004$  atau nilai signifikan (Sig.) t sebesar  $0,002 < \alpha = 0,05$ , maka pengaruh variabel  $X_2$  yaitu harga Go-Jek terhadap variabel  $Y$  yaitu permintaan Go-Jek adalah signifikan. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa permintaan Go-Jek dipengaruhi secara signifikan oleh harga Go-Jek atau dengan meningkatkan harga Go-Jek, maka permintaan Go-Jek akan mengalami peningkatan secara nyata.
3. Hasil uji t antara variabel  $X_3$  yaitu harga ojek konvensional dengan variabel  $Y$  yaitu permintaan Go-Jek menunjukkan nilai t-hitung sebesar 2,382. Sedangkan nilai t-tabel ( $\alpha = 0,05$ ; df residual = 54) adalah sebesar 2,004. karena nilai  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  yaitu  $2,382 > 2,004$  atau nilai signifikan (Sig.) t sebesar  $0,021 < \alpha = 0,05$ , maka pengaruh variabel  $X_3$  yaitu harga ojek konvensional terhadap variabel  $Y$  yaitu permintaan Go-Jek adalah signifikan. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa permintaan Go-Jek dipengaruhi secara signifikan oleh harga ojek konvensional atau dengan meningkatkan harga ojek konvensional, maka permintaan Go-Jek akan mengalami peningkatan secara nyata.

4. Hasil uji t antara variabel X4 yaitu usia dengan variabel Y yaitu permintaan Go-Jek menunjukkan nilai t-hitung sebesar 0,953. Sedangkan nilai t-tabel ( $\alpha = 0,05$ ; df residual = 54) adalah sebesar 2,004. karena nilai t-hitung > t-tabel yaitu  $0,953 < 2,004$  atau nilai signifikan (Sig.) t sebesar  $0,345 > \alpha = 0,05$ , maka pengaruh variabel X4 yaitu usia terhadap variabel Y yaitu permintaan Go-Jek adalah tidak signifikan. Hal ini berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa permintaan Go-Jek dipengaruhi secara tidak signifikan oleh usia atau dengan meningkatkan usia, maka permintaan Go-Jek akan mengalami peningkatan secara tidak nyata.
5. Hasil uji t antara variabel X5 yaitu jenis kelamin dengan variabel Y yaitu permintaan Go-Jek menunjukkan nilai t-hitung sebesar 2,061. Sedangkan nilai t-tabel ( $\alpha = 0,05$ ; df residual = 54) adalah sebesar 2,004. karena nilai t-hitung > t-tabel yaitu  $2,061 > 2,004$  atau nilai signifikan (Sig.) t sebesar  $0,044 < \alpha = 0,05$ , maka pengaruh variabel X5 yaitu jenis kelamin terhadap variabel Y yaitu permintaan Go-Jek adalah signifikan. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa permintaan Go-Jek dipengaruhi secara signifikan oleh jenis kelamin atau jika jenis kelamin pengguna Go-Jek adalah wanita, maka permintaan Go-Jek akan meningkat secara nyata.

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi dari setiap variabel bebas (X) yaitu pendapatan (X1), harga Go-Jek (X2), harga ojek konvensional (X3), usia (X4) dan jenis kelamin (X5) terhadap variabel terikat (Y) yaitu permintaan Go-Jek dengan menggunakan nilai  $R^2$

untuk mengambil kesimpulan dari hasil perhitungan dan pengolahan data. Pada tabel 4.14 akan dijelaskan hasil dari koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang telah diolah menggunakan program SPSS.

**Tabel 4. 14 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.940 <sup>a</sup>	.884	.873	1.99428

Sumber: Data primer diolah, 2018

Pada tabel 4.14 dapat dilihat bahwa hasil dari perhitungan dan pengolahan data memperoleh hasil nilai *Adjusted R-Squared* atau nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,873. Keputusan diambilnya nilai *Adjusted R-Square* dikarenakan menggunakan variabel bebas (X) lebih dari satu untuk melihat pengaruhnya terhadap variabel terikat (Y). Dari hasil tersebut dapat diambil analisis bahwa sebesar 87,3% dari variabel terikat (Y) yaitu permintaan Go-Jek akan dipengaruhi oleh masing-masing variabel bebas (X) yaitu pendapatan (X1), harga Go-Jek (X2), harga ojek konvensional (X3), usia (X4) dan jenis kelamin (X5). Sedangkan untuk sisanya sebesar 12,7% dari variabel terikat (Y) yaitu permintaan Go-Jek akan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak dibahas atau dimasukkan dalam penelitian ini.

Selain nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dari hasil data diatas tersebut didapat nilai Koefisien Korelasi atau nilai R yang menunjukkan besarnya hubungan antara variabel bebas (X) yaitu pendapatan (X1), harga Go-Jek (X2), harga ojek konvensional (X3), usia (X4) dan jenis kelamin (X5) dengan variabel terikat (Y) yaitu permintaan Go-Jek. Nilai Koefisien Korelasi ini atau nilai R yang didapat adalah 0,940 Nilai Koefisien Korelasi ini menunjukkan



bahwa hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) termasuk dalam kategori yang kuat karena nilai Koefisien Korelasi yang didapat berada pada selang nilai antara 0,8-1.

Dari hasil pengujian statistik yang dilakukan secara keseluruhan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (X) yaitu pendapatan (X1), harga Go-Jek (X2), harga ojek konvensional (X3), usia (X4) dan jenis kelamin (X5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y) yaitu permintaan Go-Jek secara simultan.

#### **4.5 Pembahasan Hasil Penelitian**

Penelitian ini mencoba untuk melihat pengaruh dari variabel pendapatan (X1), harga Go-Jek (X2), harga ojek konvensional (X3), usia (X4) dan jenis kelamin (X5) terhadap permintaan Go-Jek. Permintaan Go-Jek sebagai variabel terikat dengan masing-masing variabel bebas akan dilihat satu persatu, kemudian dibandingkan antara teori dengan kenyataan yang ada di lapangan yang tercermin dari hasil penelitian secara kuantitatif di atas.

##### **4.5.1 Hubungan Pendapatan terhadap Permintaan Go-Jek**

Pada hasil yang ditampilkan pada tabel 4.7 memperlihatkan bahwa variabel pendapatan dari responden yang terjaring dalam sampel penelitian menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, dimana setiap variabel pendapatan meningkat satu satuan, maka permintaan Go-Jek meningkat sebesar 2,240 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap ( $X_2, X_3, X_4, X_5 = 0$ ). Angka tersebut menunjukkan bahwa layanan jasa Go-Jek termasuk kedalam kategori barang mewah dengan nilai elastisitas sebesar 2,24 ( $E_l > 1$ ). Dari hasil analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,048 yang lebih kecil dibandingkan  $\alpha = 5\%$  atau 0,05.



Tingkat pendapatan dari responden pada penelitian ini sangat bervariasi, ada yang pendapatannya melebihi upah minimum Kota Malang dan ada pula yang berpendapatan rendah atau dibawah upah minimum. Jika melihat pendapatan masing-masing responden pada penelitian ini bahwa semakin tinggi pendapatan, maka aktivitas mobilitasnya akan semakin meningkat. Dengan semakin meningkatnya aktivitas mobilitas tersebut maka sangat dibutuhkan sarana transportasi seperti Go-Jek yang ditunjang oleh teknologi yang memadahi untuk mengaksesnya sehingga dapat memudahkan masyarakat tanpa perlu berjalan kaki dalam mencarinya. Hal tersebut sesuai dengan teori Nasution (2004) yang menyatakan bahwa apabila pendapatan seseorang meningkat, maka permintaan jasa transportasi juga semakin meningkat karena kebutuhan melakukan perjalanan tinggi atau semakin meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan maka terdapat adanya kesamaan antara hasil penelitian dan teori yang ada. Pada hasil penelitian ini pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan Go-Jek. Hal tersebut sesuai dengan hukum permintaan yang menyatakan bahwa semakin tinggi pendapatan, maka semakin tinggi pula permintaan begitupun sebaliknya. Selain itu, hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anissa Rahmadani (2016) pada penelitiannya yang berjudul Analisis Permintaan Jasa Transportasi Udara Di Terminal 2 Bandaran Juanda Surabaya Dengan Studi Kasus Maskapai Garuda Indonesia Tujuan Surabaya (SUB) – Jakarta (CGK) dimana berdasarkan penelitian tersebut, variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan jasa transportasi udara di terminal 2 bandara juanda di Surabaya.

#### 4.5.2 Hubungan Harga Go-Jek terhadap Permintaan Go-Jek

Pada hasil yang ditampilkan pada tabel 4.7 memperlihatkan bahwa variabel harga Go-Jek dari menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, dimana setiap variabel harga Go-Jek meningkat satu satuan, maka permintaan Go-Jek meningkat sebesar 2,951 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap ( $X_1, X_3, X_4, X_5 = 0$ ). Angka tersebut menunjukkan bahwa layanan jasa Go-Jek termasuk jenis barang elastis dengan nilai elastisitas sebesar 2,95 ( $E_p > 1$ ). Dari hasil analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,002 yang lebih kecil dibandingkan  $\alpha = 5\%$  atau 0,05

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dilihat bahwa variabel harga Go-Jek mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan. Hal tersebut tidak sesuai dengan teori permintaan yang menyatakan bahwa apabila harga mengalami kenaikan, maka permintaan cenderung menurun begitupun sebaliknya. Namun, kenyataannya pada kasus permintaan Go-Jek di Kota Malang tidak sesuai dengan teori yang ada. Harga Go-Jek saat ini memang terbilang masih sangat murah jika dibandingkan dengan transportasi lainnya seperti ojek konvensional sebagai barang substitusi nya. Oleh sebab itu, biaya yang dikeluarkan dalam perjalanan menggunakan layanan jasa Go-Jek mengalami kenaikan, konsumen tetap memilih untuk tetap menggunakannya sebagai pilihan jasa transportasi unggulan di tengah tingkat kemacetan di Kota Malang yang semakin tinggi. Selain itu, faktor kecepatan dan kemudahan menjadi salah satu alasan masyarakat tetap menggunakan Go-Jek meskipun harga nya meningkat. Seperti yang diungkapkan Lupiyoadi (2006) bahwa manfaat yang dimiliki oleh suatu produk jasa harus dibandingkan dengan

berbagai biaya (pengorbanan) yang ditimbulkan dalam mengkonsumsi layanan jasa tersebut. Ada nya kesesuaian antara harga dan kualitas produk atau jasa dapat membuat kepuasan bagi konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fajriah (2017) yang berjudul Analisis Permintaan Jasa Ojek Online di Kota Makassar dimana berdasarkan penelitian tersebut, variabel tarif atau harga berpengaruh positif dan signifikan teradap permintaan ojek online di Kota Makassar.

#### **4.5.3 Hubungan Harga Ojek Konvensional terhadap Permintaan Go-Jek**

Pada hasil yang ditampilkan pada tabel 4.7 memperlihatkan bahwa variabel harga ojek konvensional dari menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, dimana setiap variabel harga ojek konvensional meningkat satu satuan, maka permintaan Go-Jek meningkat sebesar 3,730 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap ( $X_1, X_2, X_4, X_5 = 0$ ). Angka tersebut menunjukkan bahwa jasa ojek konvensional termasuk barang substitusi dengan nilai elastisitas sebesar 3,73 ( $E_s = \text{Positif}$ ). Dari hasil analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,021 yang lebih kecil dibandingkan  $\alpha = 5\%$  atau 0,05.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dilihat bahwa harga ojek konvensional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan Go-Jek di Kota Malang. Hipotesis yang menyatakan bahwa harga ojek konvensional berpengaruh positif dan signifikan dapat dibuktikan. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Lipsey. Menurut Lipsey (1992) salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan adalah harga barang dan jasa lain yang berkaitan atau harga substitusi. Apabila harga dari barang dan jasa substitusi lebih murah,

maka individu akan beralih pada barang dan jasa substitusi tersebut. Akan tetapi jika harga barang dan jasa substitusi naik, maka individu akan tetap menggunakan barang dan jasa yang semula. Dalam hal ini ojek konvensional merupakan salah satu bentuk barang substitusi dari transportasi ojek *online* seperti Go-Jek. Pada penelitian ini dibuktikan bahwa mayoritas responden lebih memilih untuk menggunakan layanan jasa Go-Jek dibandingkan dengan ojek konvensional. Faktor-faktor yang mempengaruhi responden untuk lebih memilih layanan jasa Go-Jek adalah harga yang lebih murah, efisien dan keamanan dalam menggunakannya. Seperti yang telah kita ketahui selama ini bahwa penetapan harga ojek konvensional lebih cenderung mahal tanpa adanya hitung-hitungan yang pasti mengenai kesesuaiannya dengan jarak tempuh. Selain itu, faktor keamanan tentang identitas pengemudi juga menjadi salah satu bahan pertimbangan dalam menggunakan transportasi tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Citra Hilda Karissa pada tahun 2011 tentang permintaan jasa kereta api. Pada penelitian tersebut variabel harga tiket transportasi lain dalam hal ini adalah harga tiket travel berpengaruh positif terhadap permintaan jasa kereta api. Jika harga travel naik, maka permintaan jasa kereta akan meningkat pula. Dalam penelitian ini pun variabel harga ojek konvensional berpengaruh positif terhadap permintaan Go-Jek di Kota Malang.

#### **4.5.4 Hubungan Usia terhadap Permintaan Go-Jek**

Pada hasil yang ditampilkan pada tabel 4.7 memperlihatkan bahwa variabel usia dari menunjukkan pengaruh positif dan tidak signifikan, dimana dalam penelitian ini responden yang berusia 31 sampai 50 tahun lebih sering memesan atau melakukan permintaan Go-Jek dibandingkan dengan responden

yang berusia 11 sampai 30 tahun. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai koefisien  $\beta$  sebesar 0,843. Dari hasil analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,345 yang lebih besar dibandingkan  $\alpha = 5\%$  atau 0,05.

Usia memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam mengonsumsi suatu barang dan jasa. Dengan usia yang semakin dewasa, maka individu akan dapat menentukan permintaan nya sendiri sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan. Dalam memilih moda transportasi yang akan digunakan, maka usia seorang individu dapat berpengaruh terhadap penggunaan jasa transportasi yang sesuai dengan kebutuhan nya. Hal tersebut tidak sesuai dengan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yang menunjukkan bahwa usia memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap permintaan Go-Jek di Kota Malang dikarenakan jumlah permintaan yang tidak menentu. Pengguna layanan jasa Go-Jek di dalam penelitian ini dibedakan berdasarkan variabel *dummy* yang digunakan yaitu 0 untuk responden yang berusia 11 sampai 30 tahun dan 1 untuk responden yang berusia 31 sampai 50 tahun. Jika dilihat dari data responden pengguna layanan jasa Go-Jek berdasarkan variabel usia yang diperoleh dalam penelitian ini memiliki jumlah permintaan yang tidak menentu dan sangat beragam sehingga pengaruh variabel usia terhadap permintaan Go-Jek tidak signifikan. Namun, responden yang berusia 31 sampai 50 tahun cenderung memiliki rata-rata jumlah permintaan yang tinggi sehingga hasil dalam penelitian ini bernilai positif. Pada usia tersebut cenderung memiliki mobilitas yang tinggi, bisa dalam hal pekerjaan maupun keinginan untuk berpergian, maka dibutuhkan transportasi yang cepat dan mampu memberikan kemudahan dalam menggunakannya. Berdasarkan hal tersebut hipotesis yang menyatakan bahwa

variabel usia berpengaruh positif dan signifikan tidak dapat dibuktikan karena usia bukan menjadi salah satu alasan responden dalam menggunakan layanan jasa Go-Jek di Kota Malang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Citra Hilda Karissa pada tahun 2011 tentang permintaan jasa kereta api. Pada penelitian tersebut variabel usia responden pada penumpang kereta api eksekutif Harina menunjukkan hasil yang positif dan tidak signifikan. Dalam penelitian ini pun variabel usia pengguna Go-Jek di Kota Malang memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap permintaan Go-Jek.

#### **4.5.5 Hubungan Jenis Kelamin terhadap Permintaan Go-Jek**

Pada hasil yang ditampilkan pada tabel 4.7 memperlihatkan bahwa variabel jenis dari menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan, dimana dalam penelitian ini responden yang berjenis kelamin perempuan lebih sering memesan atau melakukan permintaan Go-Jek dibandingkan dengan responden yang berjenis kelamin laki-laki. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai koefisien  $\beta$  sebesar -1,549. Dari hasil analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,044 yang lebih kecil dibandingkan  $\alpha = 5\%$  atau 0,05.

Dalam penelitian ini untuk menentukan jenis kelamin responden, peneliti menggunakan variabel *dummy* 0 untuk jenis kelamin perempuan dan 1 untuk jenis kelamin laki-laki. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa variabel jenis kelamin memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan. Dengan hasil yang memiliki arah negatif, maka lebih cenderung ke responden yang berjenis kelamin perempuan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna layanan jasa Go-Jek di Kota Malang cenderung mengarah kepada responden yang berjenis kelamin



perempuan dan memiliki pengaruh yang cukup nyata. Faktor-faktor yang menyebabkan perempuan lebih sering menggunakan layanan jasa Go-Jek dibandingkan dengan laki-laki adalah tidak memiliki atau mengendarai kendaraan pribadi, tidak mau menggunakan transportasi yang harus menunggu terlebih dahulu, efisien, aman dan praktis.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Citra Hilda Karissa (2011) yang berjudul Analisis Permintaan Jasa Kereta dimana pada hasil penelitian tersebut dijelaskan bahwa variabel jenis kelamin penumpang kereta api eksekutif Harina memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan. Dalam penelitian ini pun variabel jenis kelamin pengguna Go-Jek memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap permintaan Go-Jek di Kota Malang.

#### **4.6 Analisis Kebijakan Pemerintah terkait Permintaan Go-Jek di Kota Malang**

Salah satu ketentuan hukum yang erat kaitannya dengan kegiatan *real time sharing* di Indonesia adalah Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM 108 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak Dalam Trayek, yang lanjutnya disebut Permenhub 108/2017. Kementerian Perhubungan Republik Indonesia dalam website resminya menyatakan bahwa ketentuan pada permenhub 108/2017 merupakan landasan hukum yang terbaru bagi penyelenggara angkutan hukum dengan aplikasi berbasis teknologi informasi.

Permenhub No 108 Tahun 2017 mengatur mengenai penyelenggaraan angkutan umum dengan aplikasi berbasis teknologi informasi. Ketentuan pengaturan ini tercantum dalam pasal 63, pasal 64, pasal 65 dan 66. Pasal 63



mengatur tentang tata cara penggunaan aplikasi berbasis teknologi informasi dalam meningkatkan kemudahan operasional kegiatan pengangkutan oleh perusahaan angkutan umum. Pasal 64 mengatur tentang kewajiban bagi perusahaan angkutan umum berbasis teknologi aplikasi untuk mengikuti ketentuan dibidang perusahaan angkutan umum sebagaimana dimaksud dalam pasal 36,37 dan pasal 38. Pasal 65 mengatur tentang batasan-batasan angkutan umum berbasis teknologi informasi dalam kegiatan pengoerasian nya. Pasal 66 mengatur tentang kewajiban berbadan hukum Indonesia bagi perusahaan angkutan umum berbasis teknologi informasi.

Berdasarkan analisis penulis, pasal 64 ayat 1 Permenhub 108 tahun 2017 merupakan ketentuan yang memberikan implikasi terbesar bagi penyelenggara angkutan umum berbasis teknologi informasi real time ride sharing pada bisnis Go-Jek dengan dihasilkan implikasi berupa status legalitas pada bisnis tersebut. pasal 64 ayat (1) memiliki ketentuan bahwa perusahaan/lembaga penyedia aplikasi berbasis teknologi informasi yang memfasilitasi dalam pemberian pelayanan angkutan orang wajib bekerjasama dengan perusahaan angkutan umum yang telah memiliki izin penyelenggaraan angkutan umum. Pasal ini memberikan keterangan bagi perusahaan/lembaga penyedia aplikasi berbasis teknologi informasi untuk tidak dapat mengadakan kerjasama dengan perusahaan angkutan umum yang belum dan tidak memiliki izin penyelenggaraan angkutan umum.

Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor 108 Tahun 2017 menjadi landasan hukum yang berlaku untuk seluruh daerah di Indonesia termasuk Kota Malang. Hadirnya jasa transportasi *online* sepeti Go-Jek mulai muncul pada tahun 2016. Sejak kehadirannya banyak sekali polemik yang terjadi

antara perusahaan jasa transportasi *online* dengan angkutan umum konvensional. Dengan resmi dikeluarkan peraturan yang baru terkait kehadiran transportasi *online*, maka diharapkan tidak terjadi perselisihan antara transportasi *online* dengan transportasi konvensional. Selain Permenhub No 108 Tahun 2017, kebijakan transportasi di Kota Malang diatur pada Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 yang mengacu pada tata ruang wilayah. Didalam peraturan tersebut dijelaskan terkait tentang kelayakan jenis angkutan umum serta pengoperasiannya di Kota Malang. Pemerintah Kota Malang juga melakukan upaya mediasi antara perusahaan jasa transportasi *online* dengan transportasi konvensional yang menghasilkan 8 titik batasan untuk wilayah pengambilan penumpang bagi perusahaan jasa transportasi *online*, 8 titik tersebut adalah hotel, mall (pusat pembelanjaan), rumah sakit, pasar, tempat hiburan dan jalur yang dilalui oleh angkutan umum perkotaan.

Kebijakan-kebijakan yang sudah dikeluarkan oleh pemerintah terkait dengan penyelenggaraan angkutan berbasis teknologi informasi diharapkan mampu menciptakan keadilan bagi kedua pihak. Selain itu, dengan dikeluarkannya kebijakan tersebut dapat membuat pengguna jasa transportasi *online* maupun konvensional merasa aman dan nyaman. Dalam permenhub No 108 Tahun 2017 tersebut juga mengatur perusahaan angkutan umum berbasis teknologi informasi seperti Go-Jek dan Grab wajib memiliki ijin yang dikenakan Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNPB) sehingga dapat berimplikasi pada perekonomian negara. Sejak dikeluarkannya kebijakan oleh pemerintah, permintaan akan transportasi *online* pun meningkat sangat signifikan. Seperti contoh permintaan Go-Jek di Kota Malang, ketika ada polemik yang berlangsung antara perusahaan jasa transportasi *online* dengan jasa transportasi

konvensional mengalami penurunan karena masyarakat pengguna jasa transportasi *online* seperti Go-Jek sering mendapatkan tindakan intimidasi dan kriminal dari oknum-oknum tertentu. Namun, setelah dikeluarkan kebijakan dan mediasi yang dilakukan pemerintah permintaan Go-Jek kembali meningkat dan bahkan saat ini menjadi moda transportasi alternatif di tengah kurangnya angkutan umum yang disediakan oleh pemerintah maupun konvensional lainnya. Kebijakan pemerintah yang dilakukan tersebut menghadirkan rasa aman dan nyaman bagi masyarakat Kota Malang sehingga permintaan akan jasa transportasi *online* kembali meningkat secara signifikan. Peningkatan permintaan jasa transportasi *online* seperti Go-Jek di Kota Malang dapat menumbuhkan perekonomian karena aktivitas untuk melakukan mobilisasi semakin meningkat. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Nasution (1996) yang menyebutkan bahwa transportasi merupakan salah satu sektor yang dapat menunjang kegiatan ekonomi (*the promoting sector*) dan pemberi jasa (*the servicing sector*) bagi perkembangan ekonomi.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap permintaan Go-Jek di Kota Malang dengan menggunakan variabel di antaranya adalah pendapatan, harga Go-Jek, harga ojek konvensional, usia dan jenis kelamin. Hasil analisis data yang dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Permintaan Go-Jek di Kota Malang dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah pendapatan, harga Go-Jek, harga ojek konvensional, usia responden dan jenis kelamin responden. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil analisis regresi linear berganda pada penelitian ini yang menunjukkan bahwa variabel pendapatan, harga Go-Jek, harga ojek konvensional, usia dan jenis kelamin memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap permintaan Go-Jek.
2. Variabel pendapatan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa apabila pendapatan seseorang tinggi, maka permintaan akan suatu barang atau jasa pun meningkat. Terbukti dalam penelitian ini bahwa variabel pendapatan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap permintaan Go-Jek di Kota Malang.
3. Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen. Dalam hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa harga Go-Jek memiliki pengaruh positif dan signifikan. Hal tersebut dikarenakan harga Go-Jek di Kota Malang masih terbilang murah dibandingkan dengan transportasi

lainnya sehingga ketika harga Go-Jek mengalami peningkatan, maka permintaan nya pun akan tetap tinggi.

4. Harga ojek konvensional secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan. Hal tersebut sesuai teori barang atau jasa substitusi dimana jika harga barang atau jasa substitusi meningkat, maka individu akan tetap menggunakan barang atau jasa semula. Dalam penelitian ini harga ojek konvensional menjadi jasa substitusi dari layanan jasa Go-Jek. Jika harga ojek konvensional lebih mahal atau semakin mahal dibandingkan layanan jasa Go-Jek, maka permintaan Go-Jek pun meningkat.
5. Jika dilihat dari data responden pengguna layanan jasa Go-Jek berdasarkan variabel usia yang diperoleh dalam penelitian ini memiliki jumlah permintaan yang tidak menentu dan sangat beragam. Namun, responden yang berusia 31 sampai 50 tahun cenderung memiliki rata-rata jumlah permintaan yang tinggi. Terbukti dalam penelitian ini bahwa usia mempunyai pengaruh yang positif dan tidak signifikan karena usia bukan menjadi salah satu alasan responden dalam menggunakan layanan jasa Go-Jek.
6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan cenderung lebih sering menggunakan layanan jasa Go-Jek dibandingkan dengan responden yang berjenis kelamin laki-laki. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini diperoleh bahwa variabel jenis kelamin memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan analisis data yang diperoleh penulis menambahkan saran yang mungkin dapat bermanfaat bagi pembaca. Berikut saran yang disampaikan oleh penulis:

1. Diharapkan kepada kementerian perhubungan melalui dinas lalu lintas dan angkutan jalan (DLLAJ) untuk berhati-hati dalam membuat kebijakan tentang jasa transportasi *online* khususnya soal pembagian wilayah jangkauan sesuai rute yang dibutuhkan oleh konsumen pengguna jasa Go-Jek agar tidak terjadi keresahan dalam menggunakannya dan menciptakan keadilan bagi transportasi lainnya.
2. Dalam upaya untuk mempercepat tingkat perekonomian wilayah Kota Malang pada masa yang akan datang, maka sektor transportasi khususnya transportasi *online* perlu mendapat perhatian yang cukup dikarenakan antusias masyarakat sangat tinggi dalam menggunakan jasa transportasi tersebut dan bisa menjadi transportasi alternatif bagi masyarakat.
3. Diharapkan untuk perusahaan layanan jasa transportasi *online* khususnya Go-Jek untuk tetap melakukan inovasi agar semakin memudahkan masyarakat dalam menggunakan transportasi tersebut.
4. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini masih sangat terbatas. Oleh karena itu, lingkup penelitian untuk peneliti selanjutnya agar bisa diperluas guna mendapatkan analisis yang lebih menyeluruh. Selain variabel yang digunakan pada penelitian ini, sebaiknya perlu dipertimbangkan faktor-faktor lain diluar faktor yang dianalisis pada penelitian ini seperti waktu tempuh, kepemilikan kendaraan pribadi dan faktor-faktor lainnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2015. *Kota Malang dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Kota Malang.
- Bilas, Richard A. *Teori Mikroekonomi*. Terjemahan Gunawan Hutauruk. Edisi 2. 1981. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Boediono. 1998. *Ekonomi Mikro*. Edisi 2. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Cookson, Graham. (2017). *INRIX Global Traffic Scorecard*. <https://inrix.com/> diakses pada 25 mei 2018.
- Darmanto, Abdul. 2014. *Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Transportasi Penyeberangan antar Pulau di Kota Raha*. Skripsi S-1. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hassanudin.
- Fajariah. 2017. *Analisis Permintaan Jasa Ojek Online di Kota Makasar*. Skripsi S-1 Ilmu Ekonomi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hassanudin.
- Gujarati, Damodar., dan Dawn C. Porter. 2012. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Go-Jek, Indonesia. (2018). *Tentang Go-Jek*. <https://www.go-jek.com/> diakses pada 30 Mei 2018.
- Hamid, Edy Suandi. 2017. Disruptive Innovation: Manfaat dan Kekurangan Dalam Konteks Pembangunan Ekonomi . *Jurnal Hukum Bisnis*, Vol.1.
- Hairulsyah. 2006. Kajian Tentang Transportasi di Kota Medan dan Permasalahannya (Menuju Sistem Transportasi yang Berkelanjutan). *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*. Vol 1: 110-120.
- Joerson, Tati S., dan Fathorozzi. 2003. *Teori Ekonomi Mikro: Dilengkapi Beberapa Bentuk Fungsi Produksi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kamaludin, Rustian. 2003. *Ekonomi Transportasi Karakteristik, Teori dan Kebijakan*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Karissa, Citra Hilda. 2011. *Analisis Permintaan Jasa Kereta Api: Studi Kasus Kereta Api Eksekutif Harlina trayek Semarang-Bandung dan Kereta Api Argo Muria trayek Semarang-Jakarta*. Skripsi S-1. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.



- Kementerian Perhubungan. 2015. *Permenhub Menteri Perhubungan Nomor UM.3012/1/21/Phb/2015 tentang Perusahaan Yang Bergerak Dibidang Jasa Transportasi Berbasis Aplikasi Online*. Kementerian Perhubungan. Jakarta.
- Kementerian Perhubungan. 2016. *Permenhub Menteri Perhubungan Nomor 32 Tahun 2016 Tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang Dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak Dalam Trayek*. Kementerian Perhubungan. Jakarta.
- Kementerian Perhubungan. 2017. *Permenhub Menteri Perhubungan Nomor 108 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang Dengan Kendaraan Bermotor Umum Tidak Dalam Trayek*. Kementerian Perhubungan. Jakarta.
- Lipsey, Richard G., Meter O. Steiner, dan Douglas D. Purvis. 1992. *Pengantar Mikroekonomi*. Edisi 9. Jakarta: Penerbit Erlangga. Terjemahan Yati Suminarti.
- M. Boansi-Poku, Adarkwa. 2013. The Determinants of Demand For Public Transport Services In Kumasi, Ghana. *Jurnal Of Science and Technology*. Vol.33: 60-72.
- Nachrowi, D Nachrowi. 2006. *Ekonometrika, Untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*. Edisi Pertama. Jakarta: Lembaga Penerbit FE UI.
- Nasution, Rozaini. 2003. *Teknik Sampling*. Medan: Digitezed by USU Digital Library.
- Nasution, M. Nur. 1999. *Memprediksi Angkatn Laut Penyeberangan*. Jakarta: Aksara Baru
- Nasution, M. Nur. 2004. *Manajemen Transportasi*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Natyari, Shafaira Ghea dan Pradana. 2016. Determinants Forming Uber Consumer' Preferences in Bandung City, Indonesia. *Jurnal. International Journal of Emerging Technologies in Engineering Research (IJETER)*. Vol.4. Nomor 12. Desember 2016.
- Nazir. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Payne, Andrian. 2001. *The Essence of Service Marketing Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Permana, Yusuf F. 2016. *Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Umum Bis Damri Cabang Bandung*. Skripsi S-1. Fakultas Ekonomi Unpas.

- Rahmadani, Anissa. 2016. *Analisis Permintaan Jasa Transportasi Udara Di Terminal 2 Bandara Juanda Surabaya*. Skripsi S-1 . Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga.
- Sianipar, Julu K. 2006. *Pengaruh Harga Tiket Dan Intensitas Keberangkatan Terhadap Permintaan jasa Angkutan Penumpang Kapal Laut Jurusan Belawan-Tanjung Priok*. Skripsi S-1. Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- Silalahi, Shilvia L., Br, Handayani Putu W, Munajat Qorib. 2017. Service Quality Analysis for Online Transportation Service: Case Study of GO-JEK. *International Journal of Computer Science*. Vol 124: 487-495.
- Statista. (2017). *Number of Go-Jek Monthly Completed Orderin*. <https://www.statista.com/statistics/712089> diakses pada tanggal 25 Januari 2018.
- Sudarman, Adi. 1980. *Teori Ekonomi Mikro*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukirno, Sadono. 2004. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Edisi Ketiga. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- TechinAsia. (2016). *How Go-Jek Became Unicorn*. <https://www.techinasia.com> diakses pada tanggal 25 Januari 2018.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Widardjono, Agus. 2009. *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Ekonesia.
- Widyawati, Sylvianita. 2018. *Ribuan Driver Gojek di Malang Raya Sudah Ikuti BPJS Ketenagakerjaan*. <http://suryamalang.tribunnews.com> diakses pada 13 Januari 2018.
- Wijaya, Andika. 2016. *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Onlline Hal 4*. Jakarta: Sinar Grafika.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Kepada,

Yth. Responden Penelitian

Di Tempat,

Hari / Tanggal :

No. Kuesioner :

Saya adalah Mahasiswa Program Strata Satu (S1) Program Studi Ekonomi Pembangunan, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Malang, yang saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Terhadap Ojek Online (Studi Kasus pada Go-Jek di Kota Malang)”**. Penelitian ini merupakan salah satu syarat kelulusan di jenjang Strata Satu (S1).

Peneliti sangat menjaga rahasia dari jawaban yang telah diberikan oleh responden yang saya pilih menjadi sampel dari penelitian ini. Semua jawaban responden dalam kuisisioner ini adalah persepsi dari responden.

Kesuksesan penelitian ini sangat bergantung pada responden yang menjadi partisipan. Oleh karena itu, peneliti berharap kesediaan responden untuk berpartisipasi dan mengisi kuesioner yang peneliti lampirkan. Atas bantuan dan kesediaan responden dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Malang, 15 Februari 2018

Yoko Rendy

## Kuesioner Penelitian

### Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Terhadap Ojek Online

#### (Studi Kasus pada Go-Jek di Kota Malang)

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

- Baca dan simak semua pertanyaan dengan baik.
- Dalam menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini tidak ada jawaban yang salah.
- Dimohon untuk menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini dengan benar dan jujur.

#### Data Responden

1. Nama : .....
2. Alamat Tinggal : .....
3. Jenis Kelamin :  
☐ Laki-Laki  
☐ Perempuan
4. Usia : .....Tahun
5. Pendidikan Terakhir :  
☐ SD ☐ Diploma  
☐ SMP ☐ Sarjana  
☐ SMA/SMK
6. Pekerjaan : .....
7. Status Pernikahan :  
☐ Menikah  
☐ Belum Menikah

8. Berapa pendapatan anda per bulan ? (Jika anda belum atau tidak berpenghasilan, maka berapa jumlah uang yang anda terima dari suami atau orang tua per bulan) :

Rp .....

9. Berapa kali anda menggunakan jasa ojek online (Go-Jek) dalam waktu satu bulan ? : .....kali

10. Sebutkan tujuan yang paling sering anda lakukan ketika menggunakan jasa ojek online (Go-Jek) :

- ☐ Bekerja  
☐ Sekolah?Kuliah  
☐ Belanja  
☐ Lainnya (.....)

11. Berapa rata-rata jarak yang anda tempuh dengan menggunakan jasa ojek online (Go-Jek) dalam melakukan perjalanan sehari-hari?

☐ <5 Km                      ☐ 5-15 Km                      ☐ >15 km

12. Berapa tarif atau harga yang harus anda keluarkan untuk menempuh perjalanan dengan menggunakan jasa ojek online (Go-Jek) dalam waktu satu bulan ? Rp.....

13. Apakah anda pernah menggunakan jasa ojek konvensional ?

- ☐ Ya  
☐ Tidak

14. Sebutkan tujuan yang paling sering anda lakukan ketika menggunakan jasa ojek konvensional :

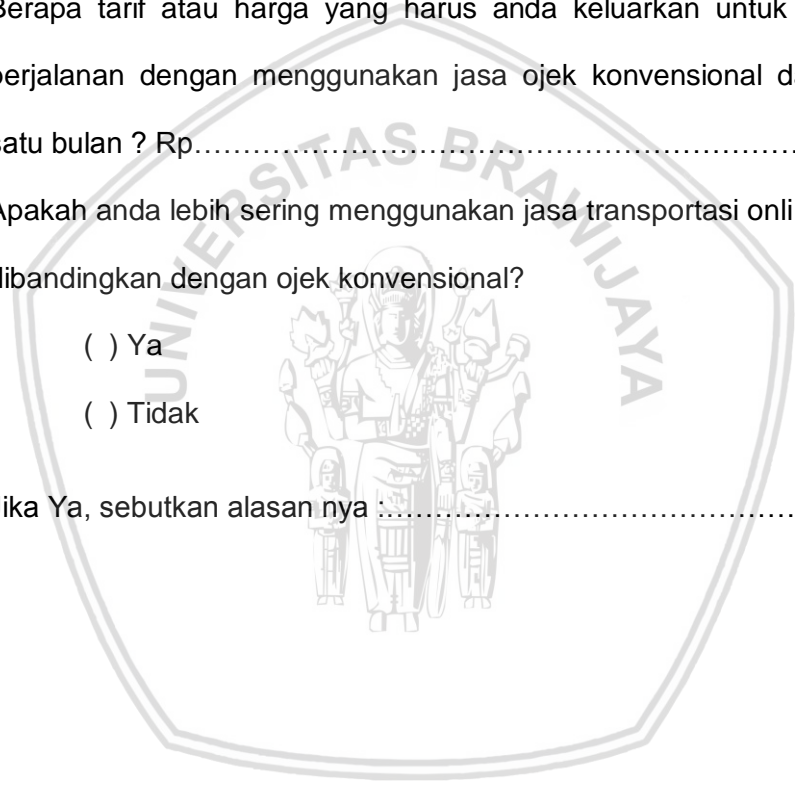
- ( ) Bekerja
- ( ) Sekolah/Kuliah
- ( ) Belanja
- ( ) Lainnya (.....)

15. Berapa tarif atau harga yang harus anda keluarkan untuk menempuh perjalanan dengan menggunakan jasa ojek konvensional dalam waktu satu bulan ? Rp.....

16. Apakah anda lebih sering menggunakan jasa transportasi online (Go-Jek) dibandingkan dengan ojek konvensional?

- ( ) Ya
- ( ) Tidak

Jika Ya, sebutkan alasan nya : .....



## Lampiran 2 : Hasil Tabulasi Data Responden Penelitian

DATA PERMINTAAN GO-JEK						
NO	JUMLAH PERMINTAAN GO-JEK	PENDPATAN (Rp)	HARGA/TARIF GO-JEK (Rp)	HARGA/TARIF OJEK KONVENSIONAL (Rp)	USIA	JENIS KELAMIN
1	20	4000000	150000	50000	0	0
2	25	5000000	195000	60000	1	0
3	7	1500000	42000	20000	0	1
4	12	2000000	128000	35000	0	0
5	6	2500000	36000	15000	1	1
6	15	2500000	115000	35000	0	0
7	20	4000000	140000	45000	1	0
8	17	3300000	153000	35000	0	0
9	8	1700000	50000	25000	0	0
10	18	2000000	162000	50000	0	0
11	14	2500000	126000	35000	0	0
12	13	2500000	120000	35000	1	0
13	4	600000	30000	10000	0	1
14	10	2000000	90000	30000	0	1
15	18	3000000	162000	45000	1	0
16	5	1000000	20000	10000	0	1
17	7	1500000	45000	20000	0	1
18	15	2500000	130000	30000	0	0
19	12	2000000	80000	35000	0	0
20	9	2000000	70000	30000	0	1
21	13	2500000	125000	30000	0	1
22	16	1000000	144000	35000	0	0
23	5	1000000	30000	15000	0	1
24	11	2000000	100000	30000	0	0
25	15	3000000	130000	35000	0	0
26	4	1500000	16000	15000	0	1
27	20	4000000	230000	65000	0	0
28	15	2500000	140000	35000	0	0
29	6	1500000	40000	20000	0	1
30	16	2500000	150000	35000	0	0
31	4	3000000	24000	15000	1	1
32	16	2500000	145000	30000	0	0
33	13	2300000	115000	40000	0	0
34	25	6000000	290000	65000	1	0
35	17	3000000	170000	40000	0	0
36	8	1500000	64000	20000	0	1



37	25	5500000	280000	60000	0	0
38	23	4350000	230000	55000	0	0
39	4	1000000	20000	15000	0	1
40	12	2000000	110000	30000	0	0
41	10	2000000	90000	20000	0	0
42	13	2500000	117000	45000	0	1
43	9	1700000	54000	35000	0	0
44	15	2000000	120000	35000	0	0
45	10	2000000	95000	30000	0	0
46	7	1500000	50000	15000	0	1
47	9	1800000	90000	30000	0	1
48	14	2250000	125000	35000	0	0
49	16	2500000	50000	40000	0	0
50	15	4500000	115000	40000	0	1
51	13	3500000	120000	30000	0	1
52	10	2500000	90000	35000	0	1
53	18	3300000	162000	50000	0	0
54	5	1000000	30000	15000	0	1
55	6	1500000	36000	20000	0	1
56	10	2000000	100000	30000	0	0
57	4	750000	16000	10000	0	1
58	12	2000000	108000	30000	0	1
59	15	2000000	150000	35000	0	0
60	16	3500000	160000	40000	1	0

Sumber: Data primer diolah, 2018

### Lampiran 3 : Hasil Transfer Logaritma Natural

DATA PERMINTAAN GO-JEK						
NO	JUMLAH PERMINTAAN GO-JEK	PENDPATAN (Rp)	HARGA/TARIF GO-JEK (Rp)	HARGA/TARIF OJEK KONVENSIONAL (Rp)	USIA	JENIS KELAMIN
1	20	15.202	11.918	10.820	0	0
2	25	15.425	12.181	11.002	1	0
3	7	14.221	10.645	9.903	0	1
4	12	14.509	11.760	10.463	0	0
5	6	14.732	10.491	9.616	1	1
6	15	14.732	11.653	10.463	0	0
7	20	15.202	11.849	10.714	1	0
8	17	15.009	11.938	10.463	0	0

DATA PERMINTAAN GO-JEK						
NO	JUMLAH PERMINTAAN GO-JEK	PENDPATAN (Rp)	HARGA/TARIF GO-JEK (Rp)	HARGA/TARIF OJEK KONVENSIONAL (Rp)	USIA	JENIS KELAMIN
9	8	14.346	10.820	10.127	0	0
10	18	14.509	11.995	10.820	0	0
11	14	14.732	11.744	10.463	0	0
12	13	14.732	11.695	10.463	1	0
13	4	13.305	10.309	9.210	0	1
14	10	14.509	11.408	10.309	0	1
15	18	14.914	11.995	10.714	1	0
16	5	13.816	9.903	9.210	0	1
17	7	14.221	10.714	9.903	0	1
18	15	14.732	11.775	10.309	0	0
19	12	14.509	11.290	10.463	0	0
20	9	14.509	11.156	10.309	0	1
21	13	14.732	11.736	10.309	0	1
22	16	13.816	11.878	10.463	0	0
23	5	13.816	10.309	9.616	0	1
24	11	14.509	11.513	10.309	0	0
25	15	14.914	11.775	10.463	0	0
26	4	14.221	9.680	9.616	0	1
27	20	15.202	12.346	11.082	0	0
28	15	14.732	11.849	10.463	0	0
29	6	14.221	10.597	9.903	0	1
30	16	14.732	11.918	10.463	0	0
31	4	14.914	10.086	9.616	1	1
32	16	14.732	11.884	10.309	0	0
33	13	14.648	11.653	10.597	0	0
34	25	15.607	12.578	11.082	1	0
35	17	14.914	12.044	10.597	0	0
36	8	14.221	11.067	9.903	0	1
37	25	15.520	12.543	11.002	0	0
38	23	15.286	12.346	10.915	0	0
39	4	13.816	9.903	9.616	0	1
40	12	14.509	11.608	10.309	0	0
41	10	14.509	11.408	9.903	0	0
42	13	14.732	11.670	10.714	0	1
43	9	14.346	10.897	10.463	0	0
44	15	14.509	11.695	10.463	0	0

DATA PERMINTAAN GO-JEK						
NO	JUMLAH PERMINTAAN GO-JEK	PENDPATAN (Rp)	HARGA/TARIF GO-JEK (Rp)	HARGA/TARIF OJEK KONVENSIONAL (Rp)	USIA	JENIS KELAMIN
45	10	14.509	11.462	10.309	0	0
46	7	14.221	10.820	9.616	0	1
47	9	14.403	11.408	10.309	0	1
48	14	14.626	11.736	10.463	0	0
49	16	14.732	10.820	10.597	0	0
50	15	15.320	11.653	10.597	0	1
51	13	15.068	11.695	10.309	0	1
52	10	14.732	11.408	10.463	0	1
53	18	15.009	11.995	10.820	0	0
54	5	13.816	10.309	9.616	0	1
55	6	14.221	10.491	9.903	0	1
56	10	14.509	11.513	10.309	0	0
57	4	13.528	9.680	9.210	0	1
58	12	14.509	11.590	10.309	0	1
59	15	14.509	11.918	10.463	0	0
60	16	15.068	11.983	10.597	1	0

Sumber: Data primer diolah, 2018

## Lampiran 4: Hasil Pengolahan SPSS

### 1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
(Constant)	-91.684	10.345		-8.863	.000
Pendapatan	2.241	1.108	.189	2.022	.048
Harga Go-Jek	2.951	.902	.380	3.273	.002
Harga Ojek Konv	3.730	1.566	.307	2.382	.021
Usia	.843	.885	.052	.953	.345
Jenis Kelamin	-1.549	.752	-.137	-2.061	.044

a. Dependent Variable: Jumlah Permintaan Go-Jek

### 2. Hasil Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.90790303
	Absolute	.071
Most Extreme Differences	Positive	.071
	Negative	-.054
Kolmogorov-Smirnov Z		.552
Asymp. Sig. (2-tailed)		.920

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### 3. Hasil Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
Pendapatan	.246	4.068
Harga Go-Jek	.159	6.279
Harga Ojek Konv	.129	7.747
Usia	.733	1.365
Jenis Kelamin	.488	2.047

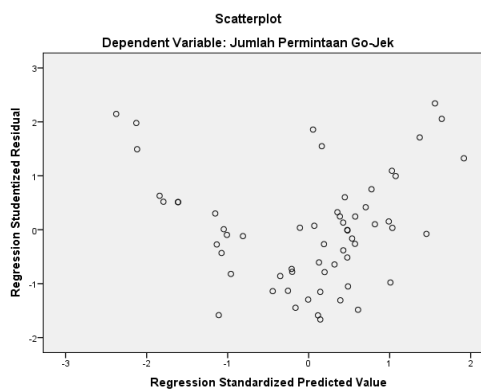
a. Dependent Variable: Jumlah Permintaan Go-Jek

### 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
(Constant)	7.901	5.839		1.353	.182
Pendapatan	-.347	.625	-.139	-.555	.581
Harga Go-Jek	-.953	.509	-.584	-1.873	.067
Harga Ojek Konv	.942	.884	.370	1.066	.291
Usia	.878	.499	.256	1.758	.084
Jenis Kelamin	-.808	.424	-.339	-1.903	.062

a. Dependent Variable: Abs.res



## 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	Durbin-Watson
1	2.029 <sup>a</sup>

## 6. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1634.234	5	326.847	82.181	.000 <sup>b</sup>
	Residual	214.766	54	3.977		
	Total	1849.000	59			

a. Dependent Variable: Jumlah Permintaan Go-Jek

b. Predictors: (Constant), Jenis Kelamin, Usia, Pendapatan, Harga Go-Jek, Harga Ojek Konv

## 7. Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-91.684	10.345		-8.863	.000
	Pendapatan	2.241	1.108	.189	2.022	.048
	Harga Go-Jek	2.951	.902	.380	3.273	.002
	Harga Ojek Konv	3.730	1.566	.307	2.382	.021
	Usia	.843	.885	.052	.953	.345
	Jenis Kelamin	-1.549	.752	-.137	-2.061	.044

a. Dependent Variable: Jumlah Permintaan Go-Jek

## 8. Hasil Uji $R^2$

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.940 <sup>a</sup>	.884	.873	1.99428

a. Predictors: (Constant), Jenis Kelamin, Usia, Pendapatan, Harga Go-Jek, Harga Ojek Konv

